



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Tiedekunta/Osasto – Fakultet/Sektion – Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos – Institution – Department	
Tekijä □ – Författare – Author Jussi Salovaara			
Työn nimi – Arbetets titel – Title Neuvostoliittolaisten henkilöautojen maahantuonti, myynti ja markkinointi Suomessa 1962-1974			
Oppiaine – Läroämne – Subject Poliittinen historia			
Työn laji – Arbetets art – Level Pro gradu		Aika – Datum – Month and year 4.2020	Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages 107
<p>Tiivistelmä – Referat – Abstract</p> <p>Tutkielmani käsittelee neuvostoliittolaisten henkilöautojen maahantuontia, myyntiä ja markkinointia Suomessa vuosina 1962-1974. Maahantuonnista vastasi suomalaisneuvostoliittolainen Oy Konela Ab. Konelan liiketoimintaa suojasi vuoteen 1962 asti henkilöautojen tuontisäännöstely, minkä jälkeen yhtiö joutui kilpailemaan länsimaisia, itäeurooppalaisia ja japanilaisia automerkkejä vastaan Suomen kasvavilla automarkkinoilla. Vuonna 1971 lanseerattiin Lada, joka nousi Suomen myydyimpien automerkkien joukkoon. Tutkin Konelan sopeutumista kylmänsodan ajan automarkkinoiden ja suomalaisten Neuvostoliitto-suhteen muutokseen. Tarkastelen myös liiketoiminnan ja poliittisen suhdetta Konelassa.</p> <p>Tutkielmassani hyödynnän aineistoa erityisesti vuosilta 1961-63 ja 1971-74. Käytän arkistoituja lähteitä Konelan arkistosta Elinkeinoelämän keskusarkistossa sisältäen myyntitilastoja, henkilöstölehtiä, sopimuksia, markkinointimateriaaleja ja kokouspöytäkirjoja sekä Ulkoministeriön arkiston Suomen ja Neuvostoliiton kauppasopimuksia koskevaa aineistoa. Lisäksi mukana on Konelan Eläkesäätiön arkiston, Mobilian ja Kansallisarkiston aineistoja sekä Patentti- ja rekisterihallituksen historiaote Konelasta. Konelan mainontaa analysoin sanoma- ja aikakauslehdistä. Konelan Uutiset -sidosryhmäjulkaisu taustoittaa tutkielmani useimpia lukuja. Konelan tuottamat mainos- ja esittelyelokuvat tarjoavat tarkasteluikkunan yhtiön tapaan kertoa tuotteistaan audiovisuaalisesti. Tutkielmaa varten haastattelin Konelan entisiä työntekijöitä sekä autokaupan ammattilaista. Tutkimuskirjallisuuteen kuuluu teoksia liittyen muun muassa idänkauppaan, yhteiskunta- ja taloushistoriaan, käytettyihin tutkimusmetodeihin ja autohistoriaan.</p> <p>Suomalaisten muuttunutta Neuvostoliitto-suhdetta käsittelevän ystävyyspolitiikka-teesin avulla. Ystävyyspolitiikkaa johdettiin politiikan korkealta tasolta. Sen välittävän tason tärkeimpänä muotona toimi idänkauppa. Arjen tasolla ystävyyspolitiikka näyttäytyi esimerkiksi neuvostoliittolaisten autojen ja muiden kulutustuotteiden kauppana. Konelan luonnetta neuvostoliittolaisena yrityksenä erilaisten talousjärjestelmien välissä tarkastelen valtiokapitalismi-teorian näkökulmasta. Konelan markkinointimateriaalien analyysissä hyödynnän semioottista lähestymistapaa.</p> <p>Tutkielmani keskeisiin tuloksiin kuuluvat havainnot siitä, että Konela onnistui säilyttämään asemansa Suomen automarkkinoilla ja jopa kasvattamaan myyntiään tutkimani ajanjakson lopulla. Syinä tähän olivat yleinen elintason nousu ja autokaupan kasvu, suomalaisten positiivisemmaksi muuttunut suhtautuminen Neuvostoliittoon, yhteiskunnan yleinen vasemmistolaisuus ja Konelan myymien autojen tekninen kehitys. Konelan toiminta ammattimaistui ja keskittyi autoliiketoimintaan näkyvän poliittisen väistyessä taka-alalle. Suomalainen talouden ja politiikan eliitti antoi tukensa Konelalle ja hyödynsi sitä osana idänkaupan järjestelmää ja suhdetoimintaa. Konelan markkinointi ja viestintä seurasivat ajalle tyypillisiä esittämisen tapoja. Niillä esitettiin Konelan edustamat autot kiinnostavasti tavoitelluille kohderyhmille. Konela hyödynsi neuvostoliittolaisten autojen markkinoinnissa mielikuvamarkkinoinnin keinoja, kuten muutkin vapailla markkinoilla toimivat yritykset. Neuvostoliitto autojen kotimaana esitettiin harkiten. Yhtiöllä oli tiiviit yhteydet suomalaiseen kommunismiin, mutta politiikka oli alisteista liiketoiminnan tavoitteille. Konelan liiketoimintaa ja liiketoimintaympäristöä tutkittuani esitän, että idänkauppaan osallistuneet suomalaiset ja neuvostoliittolaiset toimijat ja yritykset olivat osa yhtä, valtionraajat ylittävää kapitalistista järjestelmää. Tämä havainto vahvistaa osaltaan käsitystä Neuvostoliitosta valtiokapitalistisena yhteiskuntana. Konelan toiminnalla oli selkeä poliittinen ulottuvuus, mutta sen toimintaa ohjattiin liiketoiminnallisten periaatteiden mukaisesti. Konelan myyntityö helpottui vuosien 1962–74 välillä ja se vakiinnutti asemansa moneksi vuodeksi Suomen suurimpien automaahantuojien joukossa.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords Henkilöautot; autokauppa; idänkauppa; bilateraalinen kauppa; Neuvostoliitto; Konela; liiketoiminta; markkinointi; myynti; mainonta; ystävyyspolitiikka; valtiokapitalismi; kommunismi; sosialismi; viholliskuvat			

NEUVOSTOLIITTOILAISTEN HENKILÖAUTOJEN MAAHANTUONTI, MYyntI
JA MARKKINOINTI SUOMESSA 1962-1974

Jussi Salovaara

Pro gradu -tutkielma

Poliittinen historia

Valtiotieteellinen tiedekunta

4/2020

SISÄLLYS

1	Johdanto	3
1.1	<i>Aiempi tutkimus</i>	4
1.2	<i>Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen rajaus</i>	11
1.3	<i>Aineisto</i>	15
1.4	<i>Menetelmät</i>	17
1.5	<i>Tutkielman rakenne</i>	20
2	Oy Konela Ab yrityksenä	22
2.1	<i>Konela osana idänkaupan järjestelmää</i>	26
2.2	<i>Konelan henkilöstö</i>	37
3	Konelan autojen kauppapaikat ja myynti	54
3.1	<i>Kemi</i>	56
3.2	<i>Helsinki</i>	58
3.3	<i>Tampere</i>	61
4	Konelan markkinointi tuontisäännöstelyn päättyessä 1962	65
4.1	<i>Konelan lehtimainokset 1960-luvun alussa</i>	67
4.2	<i>Konelan mainoselokuvat: Moskvitsh, Jalta, Volga ja Lada</i>	73
5	Konelan uusi toivo: Ladan lanseeraus 1971	79
5.1	<i>Lada sanomalehtimainonnassa 1971</i>	79
5.2	<i>Ladan vastaanotto ja Konelan paluu menestyksen tielle</i>	87
5.3	<i>Öljykriisin vaikutus Ladan myyntiin ja markkinointiin</i>	89
6	Johtopäätökset	95
	GRADUN LÄHDELUETTELO	102

1 Johdanto

Henkilöautot yleistyivät voimakkaasti Suomen teillä toisen maailmansodan jälkeisinä vuosikymmeninä. Elintason nousu ja tekninen kehitys mahdollistivat auton hankinnan yhä useammalle kansalaiselle. Neuvostoliittolaisten henkilöautojen maahantuonnista vastasi vuonna 1947 perustettu suomalaisneuvostoliittolainen Oy Konela Ab. Konelan liiketoimintaa suojasi vuoteen 1962 asti henkilöautojen tuontisäännöstely, jonka voimassa olon aikana sen edustamat autot valtasivat Suomen tiet. Neuvostoliiton ja Suomen välinen bilateraalin kauppajärjestelmä varmisti autojen saatavuuden ja määrittä maahantuotavan automäärän. Konelan rakentama myynti- ja huoltoverkosto takasi, että autonostajat löysivät Konelan edustamat autot ympäri Suomen.

Sodan jälkeinen maailma ryhmittyi poliittisiin blokkeihin. Suomi muodosti tiiviit kauppasuhteet Neuvostoliiton kanssa, mutta säilytti tasavaltaisen valtiomuotonsa ja markkinatalousjärjestelmän. Neuvostoliitto oli valtiomuodoltaan sosialistinen, mutta se pyrki käymään kauppaa myös markkinatalousmaiden kanssa ja järjesti teollisen tuotantonsa osittain kapitalistisen mallin mukaan.

Konelan taustalla vaikuttivat Neuvostoliiton autoteollisuus ja ulkomaankaupan vientiyhtiö Avtoexport. Valtio-omisteiset yhtiöt olivat sosialistisen hallinnon ohjaamia, mutta ne toimivat suurelta osin kuten yritykset markkinatalousmaissa. Ne kilpailivat kansainvälisillä markkinoilla muun maalaisia yrityksiä vastaan. Konela oli esimerkki neuvostoliittolaisomisteisesta yrityksestä suomalaisilla markkinoilla. Sen tehtävänä oli saada tuotevalikoimansa kulkuneuvot kaupaksi, mitä edistettiin markkinoinnin, myynnin ja asiakaspalvelun keinoilla.

Tutkin gradussani Konelan markkinointia, myyntiä ja yhtiön rakenteellista sopeutumista kylmänsodan ajan automarkkinoiden ja suomalaisten Neuvostoliitto-suhteen muutokseen. Konelan käsitystä omasta asemastaan pyrin selvittämään yhtiön työntekijöiden jälkeensä jättämistä lähteistä kuten mainoksista, yhtiön omista julkaisuista ja muusta markkinointiviestintämateriaalista. Gradussani tarkastellaan Konelan markkinointia yhtiön myynninedistämiskeinona, mutta markkinoinnin tapa kertoo myös suomalaisten autonostajien suhtautumisesta Neuvostoliittoon, vanhaan viholliseen. Neuvostoliittolaisten autojen ”itäisyys” oli mainehaaste, joka vaati aktiivista hallintaa.

Konela oli paljon enemmän kuin automaahantuoja edustaminen merkkeineen: se oli neuvostoliittolaisomisteinen yritys, joka esitteli suomalaisille sosialistisen järjestelmän

teknistä osaamista. Bilateraalisien idänkaupan järjestelmässä Konelalla oli tärkeä rooli kauppaneuvotteluiden pelimerkkinä. Se oli Neuvostoliiton ulkomaankauppakoneiston jatke ja suomalaisen poliittisen eliitin väline ystävyyspolitiikan harjoittamisessa. Markkinoinnin ja toimitilojensa vuokrien puitteissa Konelalta siirtyi neuvostoliittolaista rahaa tarkoin valituille suomalaisille poliittisille toimijoille. Suorista rahansiirroistakin suomalaisille kommunisteille on vihjailtu. Kuluttajamarkkinoinnin kohdentamisella näyttää olleen poliittisia ulottuvuuksia. Sekä kohderyhmien että markkinointikanavien ja jälleenmyyntikanavien valinnat myötäilivät kylmän sodan ajan poliittisia jakolinjoja.

Tutkimusaiheeni valintaan vaikuttivat osaltaan lähisukulaisiltani kuullut tarinat idänkaupan parista. Näissä kertomuksissa korostui business is business -ajattelu: työtä tehtiin yritysten ja isänmaan hyväksi välittämättä poliittisista ristiriidoista. Sukulaisiani yhdisti tietynlainen varauksellisuus Kekkosen ajan poliittiseen eliittiin. Neuvostoliitto oli vanha vihollinen, mutta toisaalta kerrottiin mukavista työmatkakokemuksista itärajan taakse. Myös lapsuusmuistoni 1980-luvulta vaikuttivat tutkimusaiheeni valintaan: naapurustossamme Ladoja oli avoimesti vasemmistolaisilla perheillä, kun taas ”automiehet” suosivat saksalaisia merkkejä. Valinnoilla oli ideologisia ulottuvuuksia.

1.1 Aiempi tutkimus

Autoistumista ja autoilua on tutkittu Suomessa paljon ja aihepiiristä on tehty lukuisia opinnäytetöitä. Akateemisessa historian tutkimuksessa autoiluteema nousee esiin erilaisissa yhteyksissä: teknologiakehityksen, modernisaation, kuluttajatutkimuksen ja yleisen historian näkökulmista.¹ Autohistoriat käsittelevät ilmiötä useimmiten teknisestä ja itse autoilun näkökulmasta. Kauppa- ja veropolitiikka on tutkimuksissa toistuva teema, sillä se on vaikuttanut autojen saatavuuteen, hinnoitteluun ja ylläpitokustannuksiin. Energiapoliittisesta näkökulmasta autoistuminen liittyy esimerkiksi suomalaisen

¹ Esim: Humalamäki, Antti: Keskiluokkaistuva kansa nousee kumipyörille – Autoistuminen Suomessa 1960-luvun alusta 1980-luvun lopulle. Pro gradu. Jyväskylän yliopisto 2006; Toiskallio, Kalle: Liikenteen sosiologiaa: taksimatkan seurallisuus, liikenteen neuvottelut, automainosten näkökulmat. Väitöskirja. Helsingin yliopisto 2002.

öljynjalostusteollisuuden kehittymiseen ja Neste-yhtiön syntyyn 1950-60 -luvuilla.² Lisääntyvä autoliikenne on luonut painetta liikennejärjestelmien kehittämislle ja toisaalta luonut haasteita kuten kaupunki-ilman saastumisen ja liikenneturvallisuusongelman.³

Automaahantuontia ja -kauppaa poliittisena ilmiönä identiteetin kannalta on sen sijaan tutkittu melko vähän. Helkaman historiaa tutkinut Tapani Mauranen pohdiskelee teoksessaan Hopeasiipi politiikan vaikutusta Skodan valintaan Moskvitshin sijaan. Maksoivatko ostajat Skodasta Moskvitshia korkeampaa hintaa siksi että Skoda ei ollut neuvostoliittolainen, mietiskelee Mauranen. Mauranen on myös selvittänyt 1960-luvun alun kansanedustajien automerkkivalintoja. Kymmenen Skodan omistajasta viisi oli kansandemokraatteja, muut sosiaalidemokraatteja, maalaisliittolaisia ja ruotsalaisia. Maurasen mukaan Skodan valinta oli puoliksi poliittinen kysymys.⁴ Valinta oli poliittinen ainoastaan, jos autonomistaja oli vasemmistopuolueesta!

”Itäisyys” koettiin Maurasen mukaan auton laatua heikentävänä kysymyksenä. Toisaalta Skodan markkinoinnissa kerrottiin Prahan sijaitsevan Tukholmaakin länempänä. Lehtimainoksessa Skoda esiteltiin ”kestävänä keskieuropalaisena.”⁵ Lätisyyttä korostamalla koetettiin kenties saada huomio pois Skodia tuottavasta yhteiskuntajärjestelmästä ja viitata jonkinlaiseen läntisen työkuulttuurin korkeaan

² Kuisma Markku, Kylmä sota, kuuma öljy. Neste, Suomi ja kaksi Eurooppaa. WSOY, Helsinki 1997. Kuisman teos avaa toisen maailmansodan jälkeisen ajan valtio-omisteisen yritystoiminnan rakenteita.

³ Aiheista on kirjoitettu lukuisia opinnäytteitä eri tieteenaloilla Helsingin yliopistossa. Esimerkiksi: Mikkonen, Isto: Autoistuvan liikenteen turvallisuusongelman ratkaisulinjat Suomessa ennen vuotta 1940. Pro gradu. Helsingin yliopisto 1989; Vaaranen, Heli: "Kun ratti lähtee käsistä": tutkielma autoilunurten kaahailusta Etelä-Suomessa 1990-luvulla. Pro gradu. Helsingin yliopisto 1998; Niemi, Kirsi: Lontoon ja Tukholman ruuhkamaksujärjestelmien soveltuvuus Helsingin seudulle. Pro gradu. Helsingin yliopisto 2009; Jussila, Matti: Ilman vai omantunnon puhdistus: autoliikenteen ilmansaasteongelma ja sen lainsäädällöiset ratkaisuyritykset Yhdysvalloissa vuosina 1965-1970. Pro gradu. Helsingin yliopisto 2000.

⁴ Mauranen, Tapani: Hopeasiipi. Sata vuotta Helkamaa. Helkama Bica Oy ja Otava, Keuruu 2005.

⁵ Kansan Uutiset 26.4.1970, 13.

ominaislaatuun. Joka tapauksessa potentiaalista ostajaa ohjailtiin 1960-luvulla ajattelemaan muuta, kuin auton valmistusmaan poliittista järjestelmää.⁶

Kalle Toiskallion toimittama artikkelikokoelma ”Viettelyksen vaunu: autoilukulttuurin muutos Suomessa” on laajin ja monipuolisin akateeminen esitys autoilukulttuurista ja autoilun yhteiskuntahistoriasta Suomessa. ”Suomen autoistumisen yhteiskuntahistoriaa” -artikkelissa Bergholm kytkee autoilun kehityksen politiikan ja talouden muutoksiin. Toiskallio asettaa autoilun ilmiönä yhteiskuntahistorialliseen kontekstiin: 1960-luvulla autosta tuli osa suomalaista arkea ja uuden kulutuskulttuurin ilmentymä.⁷ Suomi autoistui myöhään ja nopeasti. Myöhäisen autoistumisen rinnalla alkoi myös autoilukriittinen keskustelu. Yksityisautoilun vastustuksessa Bergholmin mukaan olivat aktiivisia erityisesti sosiaalidemokraatit toisin muissa Pohjoismaissa, jotka olivat autoistuneet aiemmin.⁸ Maurasen artikkelissa esitellään suomalaisen autonkäytön historiaa. 1950-luvulla itäautoilla alkanut henkilöautoilun kasvu räjähti 1960-luvulla, kun työmatkat, mökkimatkat ja kaikenlainen asiointi alkoi tapahtua auton avulla.⁹ Automallien suhde yhteiskuntaluokkaan on Toiskallion mukaan niin vahva, että autovalinnan ajatellaan kertovan kuljettajan todellisesta sosioekonomisesta asemasta.¹⁰ Tätä ajatusta hyödynnän tutkielmani mainosanalyysissa. Toiskallion mukaan automainoksia voi niiden suuren määrän vuoksi tulkita kulttuurisesti, vaikka niissä yleensä keskitytään vain itse autoihin.¹¹ Kilpiön ja Toiskallion artikkelissa käsitellään oman tutkielmani kannalta mielenkiintoisesti automainoselokuvia. Musiikin ja puheen merkitykset tunnelman luomisessa ovat tärkeässä roolissa: Mike Oldfieldin musiikkia insinööreille kohdistetussa

⁶ Mauranen, Tapani: Skoda 60 vuotta Suomessa. Helsinki 2007.

⁷ Toiskallio, 11.

⁸ Bergholm, Tapio: ”Suomen autoistumisen yhteiskuntahistoriaa” teoksessa Viettelyksen vaunu (toim. Toiskallio). Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001, 80-84.

⁹ Mauranen teoksessa Viettelyksen vaunu (toim. Toiskallio). Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001, 55-57.

¹⁰ Toiskallio, 14.

¹¹ Viettelyksen vaunu (toim. Toiskallio). Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001.

Opel-mainoksessa ja matalaääninen mies auktoriteettina kertomassa auton ominaisuuksista vakuuttavat ostajat tuotteen toimivuudesta. Mainoselokuvien sukupuoliroolituksessa on kirjoittajien mukaan pidetty yllä perinteisiä kuvia: naisen rooli on leikittelevä ja hassutteleva. Tämä ei kirjoittajien mukaan toisaalta poikkea muidenkaan tuotteiden mainostamisen tavoista.¹² 1960-luvun automainokset keskittyivät itse ajoneuvon ”käyttöön.” Myöhemmin automainokset ovat ”estetisoineet” autoja kulutushyödykkeinä.¹³ Konelan autot eivät teoksessa nouse esiin, mutta esimerkiksi mainosten analyysiin Viettelyksen vaunu tarjoaa välineitä tutkielmaani.

Automainontaa semioottisen analyysin keinoin on tutkinut gradussaan Anna-Leena Puhakka.¹⁴

Idänkauppaa on tutkittu laajasti Suomessa Neuvostoliiton aikana ja sen jälkeen.¹⁵ Tutkielmani käsittelee vähemmän tutkittua puolta idänkaupasta eli tuontia. Idänkaupan folkloristiikassa vientipuoli korostuu, kun kertojat ovat muistelleet toimintaansa suomalaisten yritysten palveluksessa. Jyrki Koulumiehen teoksessa idänkauppaa on käsitelty vuorineuvosten näkökulmasta. Edustettuina yrityksinä ovat Wärtsilä, Rauma-Repolan ja Nokian kaltaiset suuret suomalaiset teollisuusyritykset, mutta Konelan, Teboilin tai Capitolin edustajia ei tähän kirjaan ole haastateltu, kuten ei myöskään neuvostoliittolaisia virkamiehiä. Neuvostoliittolaisomisteisten yritysten johdolle ei vuorineuvostitteleitä taidettu Suomen puolella ostaakaan, vaikka Konelan toimitusjohtajasta Teuvo Rouvalista kauppaneuvos tulikin.¹⁶ Tiinamari Sivosen gradu maalaa kattavan kuvan suomalaisten idänkaupan toimijoiden muistoista, joita yhdistää erityisesti käsitys kaupan hyödyllisyydestä Suomelle. Neuvostoliittolaisista kaupan

¹² Kilpiö, Kaarina ja Toiskallio, Kalle: ”Hiveleviä kuul(t)okuvia pellistä” teoksessa Viettelyksen vaunu (toim. Toiskallio). Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001, 154-155.

¹³ Kilpiö ja Toiskallio, 176.

¹⁴ Puhakka, Anna-Leena: Myytit automainoksissa: semioottinen analyysi kahden automallin painetuista mainoskuvista. Pro gradu -tutkielma, Helsingin yliopisto 1998.

¹⁵ Esimerkiksi: Kuusterä, Antti ja Tarkka, Juha: Suomen Pankki 200 vuotta – Parlamentin pankki. Aunesluoma, Juhana: Suomen kauppa- ja integraatiopolitiikka maailmansodista EU-aikaan. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Helsinki 2011.

¹⁶ Koulumies, Jyrki: Kaikki ajoi Ladalla: idänkaupan lyhyt oppimäärä. Kustannusosakeyhtiö Siltala, 2016.

parissa työskennelleistä henkilöistä suomalaisilla haastatelluilla oli Sivosen mukaan myönteinen kuva.¹⁷

Suomen ja Neuvostoliiton välisen bilateraalisin kaupan järjestelmää on tutkittu Neuvostoliiton aikana ja sen hajoamisen jälkeen esimerkiksi Suomen Pankin piirissä. Näiden tutkimusten näkökulma on ollut raha- ja kauppapolitiikassa sekä taloudessa makrotasolla.¹⁸

Suomalaisten poliittista suhdetta Neuvostoliittoon on tarkasteltu muun muassa vihollisuuden ja ystävyyden käsitteiden kautta. Tutkielmassani *vihollinen* on suomalaisten autonostajien mieliin oletettu kuva Neuvostoliitosta. Toisesta näkökulmasta katsottuna Neuvostoliitto saattoi olla ystävä. Tutkielmani pureutuu Neuvostoliitto ystävänä – Neuvostoliitto vihollisena -asetelmaan. Tällä ilmiöllä, kuten talousjärjestelmienkin moniulotteisuudella, on useita sävyjä. Ystävyysspolitiikalla ja muilla 1960-70 -lukujen muutoksilla pyrittiin vaikuttamaan ja oli vaikutusta tähän asetelmaan. Esimerkiksi Karl Schmitt on käsitteellistänyt *ystävän ja vihollisen erottelun* poliittisen määrittäjänä.¹⁹ Schmittin mukaan poliittiset vastakkainasettelut perustuvat ystävän ja vihollisen erotteluun ja viime kädessä fyysisen taistelun mahdollisuuteen.

Suomen ja Neuvostoliiton suhteita määritteli YYA-sopimus. Ville Pernaan mukaan virallinen Suomi alkoi noudattaa valtiollista selviytymisstrategiaa, jota hän kutsuu ystävyysspolitiikaksi. Sotien jälkeen Neuvostoliiton vahva asema oli hyväksyttävä ja siihen oli luotava elämää helpottava lähestymistapa. Pernaa puhuu ystävyysspolitiikan kolmesta tasosta: korkean tason politiikan tekijät edustavat niin sanottua virallista Suomea. Korkean tason politiikkaan kuului valtiollinen politiikka, jota johtivat presidentit Paasikivi ja Kekkonen. Korkean politiikan näkyvimpiin aikaansaannoksiin

¹⁷ Sivonen, Tiinamari: Neuvostokaupan muisto. Aikalaiskokijoiden arvioita Suomen idänkaupasta. Pro Gradu. Helsingin yliopisto 2008, 49.

¹⁸ Esimerkiksi: Laurila, Juhani: Finnish-Soviet clearing trade and payment system: history and lessons. Bank of Finland, Helsinki 1995 ja Sutela, Pekka: Finnish trade with the USSR: Why was it different? Bank of Finland, BOFIT Online 7/2005.

¹⁹ Suuronen, Ville: Carl Schmittin viholliset: Erottelu ystävään ja viholliseen individualismin ja universalismin kritiikkinä. Tiede & edistys, 4/2018 (43. vuosikerta) Tutkijaliitto. Helsinki 2018, 271-305.

kuului YYA-sopimus, jonka hengessä alettiin noudattaa uudenlaista ystävällistä politiikkaa sota-ajan vihollisen suuntaan.²⁰

Käytännön tasolla ystävyyspolitiikkaa harjoitettiin muun muassa teknillistaloudellisen yhteistyön, erilaisten valtuuskuntien ja idänkaupan muodossa. Yhteistyötä ylläpitämään kehittyi laaja verkosto, joka sitoi suomalaisia laajalti yhteistyöhön Neuvostoliiton kanssa. Perna pitää juuri idänkauppaa ystävyyspolitiikan välittävän tason tärkeimpänä muotona.²¹ Konelan rooli idänkaupassa erosi suomalaisten yritysten vientikaupasta, koska tavara liikkui idästä länteen. Konela myös vastasi tuotteiden myynnistä ja markkinoinnista kuluttajille ja jälleenmyyjilleen. Pernaan mallissa Konela sijoittuu sekä välittävälle että arkipäivän tasolle. Maahantuonnin organisointi sopii välittävälle tasolle ja autojen markkinointi asiakkaille arjen tasolle. Arkipäivän tasolla neuvostoliittolaisen tuotteen imago kohtasi suomalaisten kuluttajien käsitykset Neuvostoliitosta. Korkean politiikan ystävyyspolitiikka-liturgiasta ja välittävän tason arkipäiväisestä yhteistyöstä huolimatta suomalaisilla oli tuoreessa muistissa sota Neuvostoliittoa vastaan. Ensimmäisen tasavallan aikainen tarkoituksellisesti rakennettu viholliskuva sai sotakokemuksen myötä käytännön sisältöä, joka ei helposti kulunut pois.²²

Suomalainen viholliskuva Neuvostoliitosta ja Venäjästä on muodostunut vuosisataisen rinnakkaiselon aikana. Suomalalaisessa kansanperinteessä itäinen on mielletty vieraaksi. Kansallisuusaatteen herätessä ”meidän” ymmärtämiseen ja hahmottamiseen tarvittiin muita, erilaisia kansoja vertailtaviksi. Vilho Harle esittelee teoksessaan ”The enemy with a thousand faces: the tradition of the other in western political thought and history” suomalaista tietoisesti rakennettua viholliskuvaa Neuvostoliitosta. Tässä käsityksessä venäläisyyden vierautta on käytetty suomalaisen identiteettiprojektin rakennusaineena.²³

²⁰ Perna, Ville: Ystävyyspolitiikan aika: Suomi Neuvostoliiton naapurina. Teoksessa Perna, Ville ja Niemi Mari K. (toim.): Suomalaisen yhteiskunnan poliittinen historia. Edita Prima Oy, Helsinki 2005, 177-182.

²¹ Perna, 182-183.

²² Perna, 185.

²³ Harle, 165-167.

Toisen maailmansodan tapahtumat aiheuttivat monissa suomalaisissa syvää katkeruutta Neuvostoliittoa kohtaan. Karjalan ja muiden alueiden menetykset sekä sotakorvaukset tuntuivat nöyryyttäviltä. Nämä kokemukset yhdistivät osaa kansasta, mutta toisaalta esimerkiksi poliittisessa vasemmistossa pyrittiin palauttamaan hyvät välit ja syventämään yhteistyötä nopeasti sodan päättymisen jälkeen. Jälleenrakennuksen tarina ja sotakorvausten myötä kehittyvä teollisuus lievensivät laajempienkin kansanryhmien antipatioita Neuvostoliittoa kohtaan. Suomen poliittisen johdon ylläpitämä reaali-politiikkaan pohjautuva ajattelu kehotti kansalaisia hyväksymään vallitseva geopoliittinen asetelma ja ottamaan vahvasta naapurista taloudelliset hyödyt irti.

Arkisessa keskustelussa moni suomalainen toteaa, että venäläiset ihmiset ovat mukavia, mutta valtio on vastenmielinen. Vastaava teema on esillä idänkauppaa käsittelevässä kirjallisuudessa: henkilötasolla tultiin hyvin toimeen, mutta byrokratia ja järjestelmä laittoivat toisinaan hiekkaa yhteistyön rattaisiin.²⁴ Neuvostoliittolainen kauppaneuvotteluiden osapuoli vaikuttaa usein harmaalta massalta, josta aika-ajoin nousee esiin inhimillisiä piirteitä omaavia ystävällisiä toimijoita

Kommunismi yhdistyi monien suomalaisten mielissä Neuvostoliittoon ja venäläisyyteen. Suomalainen sotienvälisen ajan äärioikeisto oli aggressiivisen antikommunistinen, kuten myös venäläisvihamielinen. Tutkielmani ajanjaksolla kommunisminvastaisuus näkyi suomalaisessa politiikassa ja jopa työväenliikkeen sisällä. Ilmiöt kuten aseveliakseli ja asevelisocialistit vaikuttivat kansallisen ja paikallistason politiikassa. Joutuiko Konela neuvostoliittolaisena yrityksenä ja toisinaan avoimesti suomalaisia kommunisteja tukien tasapainottelemaan kaupallisten tavoitteiden ja politiikan välillä? Monelle oikeistolaisesti ajattelevalle Konelan ja Teboilin edustamien tuotteiden välttäminen oli itsestäänselvyys.

²⁴ Esimerkiksi Sivonen, 50.

1.2 Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen rajaus

Olen kiinnostunut Konelan liiketoimintastrategiasta ja erikoisesta luonteesta neuvostoliittolaisomisteisena yrityksenä suomalaisessa vapaiden markkinoiden järjestelmässä. Pyrin omalta osaltani selvittämään mahdollisia syitä Neuvostoliiton yritystoiminnalle Suomessa: olivatko syyt poliittisia, kaupallisia vai molempia? Suomi oli Neuvostoliitolle eräänlainen näyteikkuna ja käyntikortti kapitalistisen ja kommunistisen maan harmonisesta rinnakkainelosta. Neuvostoliitto toimi valtiomuodostaan huolimatta osana kapitalistista maailmanjärjestelmää ja toimi ikään kuin yhtenä yrityksenä muiden joukossa globaalilla kilpailukentällä. Neuvostoliiton omistama yritys Suomessa kasvatti siihen sijoitettua pääomaa ja pyrki luomaan lisäarvoa omistajilleen. Kapitalistisiin maihin vietiin Neuvostoliitosta paljon raaka-aineita, mutta pitkälle jalostettuja teknisiä tuotteita kuten autoja toivottua vähemmän.

Työhypoteesinani on, että Konelan myyntityö helpottui vuodesta 1962 vuoteen 1974 riippumatta myytävän tuotteen ominaisuuksista suhteessa kilpaileviin automalleihin. Vuonna 1971 ensiesitelty Lada kävi hyvin kaupaksi, vaikka vuodesta 1962 asti erityisesti länsiautojen myynti oli kasvanut voimakkaasti. Neuvostoliittolaiset autot eivät kadonneet Suomen markkinoilta, vaikka niiden valikoima uudistui hitaasti ja niitä pidettiin teknisesti jälkeenjääneinä. YYA-sopimuksen mukaisen ystävyysspolitiikan muuttuessa aidoksi ystävyydeksi suomalaisten suhtautuminen Neuvostoliittoon arkipäiväistyi.

Tutkielmassani pohdin, miten Konela esittää Neuvostoliiton ja sen tuotteet suomalaisille kuluttajille automainoksissa ja miten tämä kuva muuttui vuosina 1962-1974. Olen valinnut tarkasteluajankohdiksi ja vertailua varten tuontisääntelyn purkautumisen vuonna 1962 sekä Lada-merkin lanseeraamisen loppuvuodesta 1971 ja sitä seuranneet vuodet, jolloin Lada nousi Suomen suosituimmaksi automerkiksi. Reilun vuosikymmenen pituinen periodi on tarpeeksi pitkä muutoksen havaitsemiseen Konelan toiminnassa, Neuvostoliiton autoteollisuudessa ja suomalaisten suhtautumisessa Neuvostoliittoon. Konelan toiminnan ymmärtämiseksi tarkastelen joitakin aiheita asettamani ajanjakson ulkopuolelta.

1960-luvun yhteiskunnalliset muutokset ja suurten ikäluokkien tulo autonostoikään muuttivat automarkkinoita. Autojen kysyntä kasvoi voimakkaasti. Autoliikkeet pyrkivät ottamaan osansa markkinasta optimaalisella hinnoittelulla, joustavilla maksuehdoilla, mainonnalla ja taitavalla myyntityöllä. Pyrin hahmottamaan kaupankäynnin taustalla

vaikuttavia kulttuurisia, sosiaalisia ja mahdollisia poliittisia syitä neuvostoliittolaisten autojen suosion säilymiselle vapautuvilla markkinoilla ja jopa myynnin kasvulle.

Ajankohdan kiinnostavuutta lisää suomalaisen yhteiskunnan nopea rakennemuutos 1960-luvulla, johon liittyi ”suuri muutto” sekä kulttuuriin ja elämäntapaan liittyviä ulottuvuuksia. Vuoden 1968 kuohut ja presidentin kapinoivalle nuorisolle antama tuki siirsivät osaltaan Suomea vasemmalle. Ladan tullessa markkinoille osa Vanhaa vallanneista saattoi olla valmistunut, päässyt työelämään ja mielessään autonhankinta.²⁵ Edullisemman hintaluokan henkilöautojen potentiaalisten ostajien määrä kasvoi ostovoiman kehityksen myötä. Parempia Neuvostoliiton-suhteita alettiin 1960-luvulla ajamaan jopa sodan jälkeen kommunismia tiukasti vastustaneiden sosialidemokraattien keskuudessa. Suomen poliittinen kenttä liikkui kokonaisuudessaan vasemmalle, mikä tarkoitti Neuvostoliiton-suhteiden lämpenemistä.²⁶

Tutkielmani käsittelee neuvostoliittolaisia, erityisesti kuluttaja-asiakkaille suunnattuja henkilöautoja. Konela toi maahan henkilöautojen lisäksi paketti- ja kuorma-autoja sekä erikoisajoneuvoja, mutta näiden markkinoinnissa ja myynnissä käytettiin henkilöautoista poikkeavia tapoja ja kanavia. Konelan edustamat GAZ- ja ZIL -limusiinit jäivät Suomessa harvalukuisiksi.²⁷

Osallistun tutkielmallani keskusteluun Suomen ja Neuvostoliiton suhteesta ja kylmän sodan ajan idänkaupasta. Konela oli tutkielmani ajankohtana neuvostoliittolaisen Avtoexport-vientiyhtymän omistuksessa. Suomalaisten suopea suhtautuminen Neuvostoliittoon edisti yhtiön liiketoimintaa. Konela pyrki hyödyntämään edukseen maiden välistä yhteisymmärrystä. Tässä mielessä se toimi suomettumisen vauhdittajana *pehmeällä* tavalla. Tutkiessani yhtiön toimintatapoja, olen kuitenkin havainnut viitteitä systemaattisesta varovaisuudesta ja etäisyyden ottamisesta suomalaiseen

²⁵ Karisto, Antti - Takala, Pentti - Haapola, Ilkka: Matkalla nykyaikaan. Elintason, elämäntavan ja sosiaalipolitiikan muutos Suomessa. WSOY, Helsinki 1997, 63-65.

²⁶ Nitovuori, Bjarne: Barrikadimaisteri – Pentti Järvinen ja 1960-luvun marssijat. Into Kustannus Oy, Helsinki 2013, 52.

²⁷ Konela 50 Vuotta –juhlajulkaisu. Oy Konela Ab, Helsinki, 11.

sisäpolitiikkaan.²⁸ Neuvostoliiton valtion poliittisilla tavoitteilla liiketoiminnassaan Suomessa oli merkitystä, mutta pyrin tuomaan esiin myös idänkaupan epäpoliittista ”business is business” –henkeä. Kaikki konelalaiset eivät olleet kommunisteja tai muita vasemmistolaisia, vaan yrityksessä oltiin töissä myös tavallisista epäpoliittisista syistä. Kiinnostus autoja kohtaan on todennäköisesti konelalaisia laajimmin yhdistänyt asia ja syy työskentelyyn yrityksessä. Toisaalta Konela näyttää tarjonneen hyvän työpaikan aktiivisille suomalaiskommunisteille, jotka eivät kaikkiin yrityksiin olleet tervetullutta työvoimaa. Tutkielmassani pyrin ymmärtämään Konelassa työskennelleiden kommunistien ajattelua: oltiinko edistyksen vai peräti vallankumouksen asialla? Tarjosiko Konela mahdollisuuksia poliittisten päämäärien ajamiseen?

Tutkielmani käsittelee vähemmän tutkittua puolta idänkaupasta eli tuontia. Idänkaupan folkloristiikassa vientipuoli korostuu, kun kertojat muistelevat toimintaansa suomalaisten yritysten palveluksessa. Jyrki Koulumiehen teoksessa idänkauppaa on käsitelty suomalaisten vuorineuvosten näkökulmasta. Autontuonti oli neuvostoliittolaisissa käsissä, mutta sitä säädeltiin maidenvälisissä kauppaneuvotteluissa ja Konelan henkilökunnasta valtaosa oli suomalaisia. Tuontia on kenties pidetty toisarvoisena toimintana, joka toisin kuin vienti, heikentää kauppatasetta. Toisaalta bilateraalin kauppa vaati myös tuontia ja liberalistisessa vapaakauppa-ajattelussa kaikkea kauppaa pidetään arvokkaana taloudellisena toimeliasuutena. Ulkomaantuonti on ollut arvossaan myös pula-aikoina ja valtion veropoliittisena välineenä valtiontalouden tasapainottamisessa, mikä näkyy tutkielmassani tuontisääntelyn- ja verotuksen vaikutuksena autokaupassa.

Konelan omistaneen Avtoexportin kotimaa Neuvostoliitto ja Suomi olivat valtiomuodoiltaan, taloudellisilta ja poliittisilta järjestelmiltään erilaisia yhteiskuntia. Toisaalta Neuvostoliittoa on kommunistiseksi nimityksestä järjestelmästä huolimatta pidetty valtiokapitalisena ja jopa kapitalistisena yhteiskuntana. Neuvostoliiton olemusta on tarkasteltu kriittisesti muun muassa vasemmistokommunistisesta ja trotskilaisesta

²⁸ Esimerkkinä tästä: Konelan kaupallisena johtajana toiminut 1967-70 toiminut Juri Piskulov kertoo muistelmateoksessaan ”Näin teimme idänkauppaa”, että Konelan neuvostoliittolaiset työntekijät eivät osallistuneet suomalaisten kommunistien keskinäisiin kiistoihin.

näkökulmasta.²⁹ Kritiikkiin on sisältynyt ajatus, että Neuvostoliitto piti yllä kapitalismin peruselementit kuten palkkatyön, kauppatavaran ja tuotantoa ohjaavan, mitattavan ja vaihdettavan arvon. Kapitalismin lakkauttamiseksi ei riittänyt siirtyminen yhteisomistukseen, koska kollektiivinen pääoma ohjasi edelleen työtä.

Valtiokapitalismi-ajatuksen näkökulmasta Konelaa voi tarkastella osana yhtä, kylmän sodan blokkirajat ylittänyttä kapitalistista järjestelmää. Neuvostoliittolaisten autojen tuotantotapa pohjautui tayloristiseen malliin, palkkatyöhön ja sitä ohjattiin laskentatoimen metodeilla. Osana bilateraalista kauppaa osa liiketoiminnallisista päätöksistä oli alisteista poliittiselle ohjaukselle, mutta esimerkiksi markkinoinnissa turvauduttiin läntisiin malleihin ja tuontikiintiöt sopeutettiin vastaamaan kysyntää Suomen markkinoilla. Konelan tavoite osakeyhtiönä oli tuottaa voittoa omistajilleen ja kasvattaa siihen sijoitettuja pääomia. Bilateraalisesta kaupan piirissä tehdyt sopimukset tähtäsivät tavaravaihdon tasapainoon, mutta vaihdettava tavara tuotettiin molemmissa maissa kapitalistisen tuotantotavan mukaisesti. Yhtenäiset valtionrajan yli ulottuvat kauppatavat ja käsitykset kannattavan liiketoiminnan reunaehdoista yhdistivät eri poliittisista järjestelmistä olevia toimijoita. Kotimaidensa taloudellisen edun palvelemisen lisäksi he palvelivat pääoman arvonnäkökulman vaatimusta.

Tutkielmassani tarkastelen Konelan suomalaisia työntekijöitä ensisijaisesti autokaupan ammattilaisina, mutta olen pyrkinyt myös ymmärtämään heidän suhdettaan Neuvostoliittoon ja sen kommunistiseen järjestelmään sekä sijoittumiseen suomalaisen politiikan mielipidekentällä. Oletukseni on, että konelaiset hyväksyivät Neuvostoliiton yhteiskuntapolitiikan tien kuten Lenin, Stalin ja heidän seuraajansa olivat sen Marxia soveltaen piirtäneet, mutta ulkopoliittinen toiminta jakoi konelalaisten mielipiteitä viimeistään 1960-luvun lopulla kuten koko suomalaisessa kommunistisessa liikkeessä. Pyrin hahmottamaan konelalaisten käsitystä omasta suhteestaan Konelaan työnantajana ja Avtoexportiin, yrityksen omistajana.

²⁹ Esimerkiksi: Cliff, Tony: *State Capitalism in Russia*. Bookmarks, Lontoo 1988 ja Pannekoek, Anton: *Lenin As Philosopher*. Amsterdam, 1938. Varhaista kritiikkiä Venäjän vallankumousta ja Leninin talouspolitiikkaa kohtaan esittivät myös anarkistit kuten Emma Goldman vuonna 1923 teoksessaan ”My Disillusionment in Russia”.

Viitaten vasemmistokommunistiseen arvioon Neuvostoliiton kapitalistisuudesta ja ”sosiaalidemokraattisuudesta”, uskon markkinatalouspohjaisen liiketoiminnan yli blokkirajojen olleen luontevampaa, kuin idänkaupan folkloristiikassa ja suomettumiskeskustelussa on annettu ymmärtää. Ehkä tsaarin aikaisen Venäjän ajoista asti kehittyneet kapitaliset taloussuhteet olivat vielä elossa Leninin ja Stalinin suojelun ansiosta, eikä vallankumous ja sota olleet niitä tuhonneet.

1.3 Aineisto

Aineistona tutkielmassani hyödynnän Konelan markkinointimateriaalia 1950-1970 - luvuilta. Erityisesti keskityn aineistoon 1960-luvun alusta sekä vuosilta 1970-1974. Tämä valinta liittyy tutkielmani periodisointiin.

Konelan arkistoaineisto (KA) Elinkeinoelämän keskusarkistossa säilytettävistä materiaaleista tutkielmassani olen hyödyntänyt myyntitilastoja, henkilöstölehtiä, sopimuksia, markkinointimateriaaleja ja kokouspöytäkirjoja. Arkistoon säilynyt rajallinen osa Konelan tallentamasta materiaalista. Elkan asiantuntijat onnistuivat pelastamaan arkiston materiaalit Konelan vanhan pääkonttorin purkutöiden alta vuonna 2013. Kaikkea arkistossa tuolloin ollutta aineistoa ei saatu mukaan ja sitä oli kadonnut arkistosta jo aiemmin. Tutkielmani ajanjaksoa koskien ei ole säilynyt esimerkiksi johtoryhmän kokousmuistioita. Myynti- ja rekisteröintitilastoja on saatavilla vain vuodesta 1968 alkaen. Myyntilukemat ovat ohjailleet paitsi Konelan liiketoiminnan suunnittelua myös maahantuotujen autojen lukumääriä kauppasopimusneuvotteluissa.

Konelan Uutiset -lehti toimi Konelan viestintäkanavana asiakkaiden ja sidosryhmien suuntaan. Lehti ilmestyi neljästi vuodessa 1957 alkaen. Se esitteli muun muassa uutuusautoja ja yrityksen toimintaa sekä Neuvostoliittoon liittyviä aiheita. Konelan Uutisten painopaikkana 1960-luvulla oli tamperelainen Kirjapaino Sanan Tie. Sen pääomistaja oli SKP:n Tampereen piiri. Painopaikka vaihtui Tampereelta Helsinkiin 1960-luvun lopulla. Kirjapainona toimi Tiedonantaja-yhdistyksen omistama Kursiivi,

joka painoi myös SKP:n vähemmistösiiven äänenkannattajaa Tiedonantajaa ja muun muassa neuvostoliittolaisia julkaisuja.³⁰

Konelan Eläkesäätiön aineistoa on Elinkeinoelämän Keskusarkistossa tilinpäätösten ja toimintakertomusten muodossa 1970-luvulta. Eläkesäätiön aineiston kautta voi kurkistaa Konelan tavallisia työntekijöitä koskeviin asioihin henkilöiden yksityisyyttä kuitenkin kunnioittaen. Konelan johtotehtävissä olevista on jäänyt enemmän aineistoa dokumenttien ja lehtijuttujen muodossa, työntekijät näkyvät eläkesäätiötä ja harrastekerhojen toimintaa koskevissa materiaaleissa.

Mobiliassa, valtakunnallisessa tieliikenteen erikoismuseossa on jonkin verran Konelaa koskevaa aineistoa, jota Reima Kylänen keräsi säilytykseen Konelan vanhan pääkonttorin purkutöiden alta. Aineisto toimitettiin Mobiliaan vuonna 2019. Aiemmin Mobiliaan on arkistoitu Konelan piirimyyjät ry:n aineistoja. Tutkielmassani on hyödynnetty rajallisesti tämän kokoelman aineistoa. Sain tutkielmani ajanjaksolta museosta kopiot vuosien 1962 ja 1972 toimintakertomuksista. Myös Mobiliasta löytyvä listaus Konelan johtajista auttoi yhdistämään nimiä ja ajankohtia Konelan hallinnossa. Pertti Klemolan julkaisematon käsikirjoitus ”Oy Konela Ab:n historiikki 1947 – 1997” on Mobiliassa. Sitä en ole saanut käsiini tutkielmaa varten.

Ulkoministeriön arkistossa (UM) tutustun Suomen ja Neuvostoliiton kauppasopimuksia koskevaan aineistoon vuosilta 1961–1974. Itse sopimusten lisäksi arkistoituna on runsaasti sopimusneuvotteluista ja sopimuksen toteutumisen seurantaan koskevaa dokumentaatiota UM:n lisäksi myös Kauppa- ja teollisuusministeriöstä. UM:n arkistoaineisto esittää kauppavaltuuskuntien toiminnasta suomalaisen osapuolen valmistelutyöt, mutta Neuvostoliiton puolen toiminta jää näkymättömiin varsinaisia neuvotteluista lukuun ottamatta. Venäläisistä arkistoista saattaisi löytyä Suomenkauppaprosessista kertovaa dokumentaatiota, mutta toisaalta, Suomi oli Neuvostoliitolle suhteessa pienempi ulkomaankauppakumppani kuin toisinpäin. Bilateraalinen tavaravaihtokauppasopimus sillä oli tosin vain Intian ja Suomen kanssa. Tutkielmassani olen pyrkinyt tarkastelemaan useiden osapuolten näkökulmia neuvostoliittolaisten autojen kauppaan.

³⁰ Kursiivin tuhopoltto -uutisfilmi. YLE 1977. (<https://areena.yle.fi/1-50118310>)

Tutkielmassa tutustutaan Konelan mainontaan Helsingin Sanomissa sekä Tekniikan Maailmassa ja Auto-lehdessä. Tekniikan Maailman perinpohjaiset koeajot ja autovertailut muokkasivat henkilöautojen laatumielikuvia. Poliittisin perustein tehtyä mainonnan kohdentamista pyrin ymmärtämään vertailemalla Helsingin Sanomien, Suomen Sosiaalidemokraatin, Tiedonantajan ja Kansan Uutisten Lada-mainontaa. Vuonna 1969 perustettu Tiedonantaja edusti vähemmistökommunistista näkökulmaa. Kansan Uutiset oli SKDL:n ja SKP:n virallinen julkaisu.

Haastatteluaineistona käytän Reima Kyläsen kanssa käymiäni keskusteluita. Hän toimi Konelassa lakimiehenä, hallintojohtajana ja toimitusjohtajana vuosina 1970-2003. Hänen muistonsa 1970-luvulta ovat aikalaisen kokemaa. 1960-luvulta Kylänen on tietysti ”kuullut juttuja”. Hänen ansiostaan uskon ymmärtäneeni paremmin Konelan yrityskulttuuria ja sain sisäpiiriläisen näkökulman muista lähteistä hankkimiini tietoihin.³¹ Keskustelin myös Kylästä lakimiehenä seuranneen Pekka Puputin kanssa. Tampereen autokauppaa koskien haastattelin Fiat-myyjänä toiminutta Rainer Mäkipäätä.

1.4 Menetelmät

Konelan mainosten analyysissä käytän semioottista lähestymistapaa. Tämän työn tutkimusluvuissa käsittelen Konelan painettua mainontaa ja esittelen siitä ajalleen tyypillisiä merkkejä. Merkkien tulkitseminen sisältää merkitsijän ja merkityn kohteen tunnistamisen.³² Semiotiikassa tutkitaan merkkejä ja koodeja eli järjestelmä johon merkit jäsennetään sekä kulttuurin, jossa merkit ja koodit mahdollistavat olemassaolonsa. Roland Barthes on antanut alkusysäyksen mainonnan semioottiselle tutkimukselle. Barthesin myyttiteorian soveltaminen vaatii tutkittavan kohteen sosiaalisten arvojen ymmärtämistä. Teorian mukaan mainoksen merkityksenantoa voi ymmärtää, kun annetun viestin ensimmäinen ilmeinen eli denotatiivinen taso kohtaa konnotatiivisen tason, jolloin

³¹ Konelassa lakimiehenä vuodesta 1970 toimineen Reima Kyläsen haastattelu 20.11.2009.

³² Vuorinen, Marja: ”Historia ja semiotiikka” verkkojulkaisussa Historiallisia Papereita 16. Historiallinen yhdistys. Viitattu 26.11.2009, 2.

merkki kohtaa käyttäjänsä kulttuuriset arvot ja tuntemukset. Tästä muodostuu myytti eli mainonnan tapauksessa mainoksen muokkaama merkitys mainostettavalle hyödykkeelle. Myytin avulla kulttuuri selittää todellisuutta itselleen vallitsevaa järjestystä tukien. Semiotiikka on arvojen tutkimusta inhimillisen toiminnan eri osa-alueilla.³³

Kuvien tulkinnassa tärkeässä asemassa ovat myös kuviin liittyvät tekstit. Erityisesti mainoksissa niillä halutaan ohjata kuvan tulkintaa. Mainostettavan tuotteen kuva irrallisena on eri asia kuin sitä kuvaavan tekstin kanssa. Toisaalta myös kuva auttaa ymmärtämään tekstiä.

Konelan esittämä mainoskuvasto oli enimmäkseen suomalaista tuotantoa. Rajoitetusti hyödynnettiin myös Konelan pääomistajan Avtoexport-vientiyhtiön tuottamaa materiaalia. Oliko neuvostoliittolaisen valtio-omisteisen yhtiön tuottama kuvamateriaali propagandaa? Iina Kohonen on käsitellyt väitöstutkimuksessaan neuvostoliittolaista valokuvaa. Neuvostoliittolaisena käsitteenä propaganda tarkoitti valistukseen liittyvää, kun taas läntinen mainostaminen nähtiin valheellisena propagandana. Konela toimi tässä kahden kylmän sodan ajan ideologian välimaastossa markkinoiden sosialistisen järjestelmän kehittämää tuotetta kapitalistisilla markkinoilla. Kohosen mukaan itää ja länttä yhdisti kylmän sodan aikana vahva teknologinen kehitysusko, jonka yhtenä ilmentymänä oli kuvantuotanto valokuvina ja elävänä kuvana. Historiallisen tutkimuksen lähteenä valokuvaa tulee arvioida ulkoisen lähdekritiikin keinoin eli kertomalla mitä kuvassa on sekä sisäisellä lähdekriittisyydellä liittyen kuvan ottamisen tarkoitukseen.³⁴

Omassa tutkielmassani käsiteltävät kuvat ja muu visuaalinen materiaali on lähtökohtaisesti tehty esittelemään Konelan tuotteita ja luomaan positiivisia mielikuvia edistääkseen niiden myyntiä. Mainoksissa kuviin tallennetut tilanteet suunniteltiin vastaamaan katselijoiden eli potentiaalisten autonostajien kulttuurisiin ja ideologisiin käsityksiin. Lehtikuvissa ja esimerkiksi Konelan arkistossa löytyvissä arkisissa kuvissa

33 Kortti, Jukka: ”Lähimenneisyyden koodit: semiotiikka ja historiallinen (tv)mainonta.” verkkojulkaisussa Historiallisia Papereita 16. Historiallinen yhdistys. Viitattu 26.11.2009, 4.

34 Kohonen, Iina: Gagarinin hymy. Avaruus ja sankaruus neuvostovalokuvissa 1957-1969. Lönnberg Oy, Helsinki 2012, 19-39.

näkyvä muodostui sattumalta, mutta kontekstiinsa liittyen saattoi luoda Konelan toivomaa mielikuvaa yrityksestä ja tuotteista.

Tutkimusluvuissani pyrin hahmottamaan mainosten kohderyhmän oletettua kulttuuria. Mainosten sisällöstä teen johtopäätöksiä Konelan mahdollisista kohderyhmistä ja keinoista luoda houkuttelevia myyntejä tuotteidensa ympärille. Mainosten katsojien mahdolliset mielipiteet Konelan tuotteista eivät ole helposti selvitettävissä, mutta ajan henkeä voi pyrkiä ymmärtämään itse mainoksista sekä muusta 1960-luvun alkua käsittelevästä aineistosta. Suomalaisten kuluttajien suhtautumista Neuvostoliittoon hahmottaa osaltaan Pernaan esitys ystävyyspolitiikasta ja naapuruussuhteen arkipäiväistymisestä.

Mainonnan tutkimuksessa semiotiikka huomioi mainoksen tekijän ja lukijan roolit mainoksen merkityksen muokkautumisessa.³⁵ Mainoksen tekijän eli merkitsijän viesti kohtasi lehden lukijan, joka ymmärsi mainoksen merkityksen omista lähtökohdistaan. Poliittinen ideologia ja aatteet ovat denotatiivisella tasolla Konelan mainoksissa piilossa, mutta myös se mitä ei kerrota, kertoo jotakin. Tutkielmassani vertailen kahden eri ajankohdan markkinointiaineistoa ja niiden tapaa kertoa autojen valmistusmaasta.

Tutkimanani ajankohtana markkinointi nähtiin tavaroiden myynnin edistämisenä lyhyellä tähtäimellä. 1960-luvulla life style –mainonta alkoi kuitenkin vallata alaa valistavilta informaatiopoteilta. Mainoksilla pyrittiin viestimään muutakin kuin mistä tuotteesta on kyse ja mistä sellaisen voi hankkia. Kulutus sai uudenlaisen merkityksen identiteetin rakentajana. Nuoruuden, vapauden ja kapinallisuudenkin ihannointi alkoi näkyä mainosten kuvakielessä. Konelan markkinointi seuraili ajanhenkeä ja asemoi autoja sopiville kohderyhmille.

Lähestymisessäni Konelaan pyrin erottamaan arjen ja elinkeinotoiminnan tasot poliittisesta. Poliittinen on tutkielmassani aatteellista ja ideologista sekä instituutioiden kuten valtioiden, puolueiden ja yritysten toimintaa. Pyrin erottelemaan toimijoiden poliittiseksi tarkoittaman ja toiminnan jälkeensä jättämään poliittisen. Tällä teen oikeutta tutkimukseni kohteille, jotka eivät välttämättä nähneet toimintaansa poliittisena, vaikka

³⁵ Kortti, 7.

se jälkeenpäin siltä näyttäisikin. Ilmiöiden yhteys toisiinsa ei välttämättä ollut ilmeistä tutkimanani ajankohtana.

1.5 Tutkielman rakenne

Esitykseni jatkuu johdannon jälkeen Konelan ja sen liiketoimintaympäristön esittelyllä. Neuvostoliittolaiset autot tulivat Suomeen osana bilateraalisen kaupan järjestelmää. Tutkin Konelan roolia kauppasopimuksista käydyissä neuvotteluissa ja henkilöautokiintiön koon muodostumista. Nostan luvussa esiin Konelan kannalta merkityksellisiä idänkauppaneuvotteluihin osallistuneita virkamiehiä ja poliitikkoja.

Konelan henkilöstöä käsittelevä luku esittelee yhtiön johtoa ja henkilökuntaa tutkielmani ajanjaksolla. Suomalaisten toimitusjohtajien tarkastelu ulottuu kuitenkin yrityksen koko elinkaaren ajalle. Luvussa tutustutaan myös Konelan tapaan pitää yllä työhyvinvointia ja kehittää henkilöstön osaamista. Henkilöstön työtehtävien lisäksi tarkastelen heidän poliittisia taustojaan ja toimintaansa.

Autojen myynti oli Konelan tärkein toiminto. Myynnin maantieteellistä jakautumista, organisointia ja poliittisia ulottuvuuksia analysoin kolmen erityyppisen myyntipiirin kautta luvussa kolme.

Myynnin kiihdyttämiseksi Konela mainosti ja markkinoi autojaan lehdissä ja mainoselokuvilla. Tutkielman neljännessä luvussa tutustutaan markkinoinnin keinoihin ja vaikutukseen autojen tuontisäännöstelyn päättymisen aikaan 1960-luvun alussa. Mainos- ja esittelyelokuvia kahdelta vuosikymmeneltä analysoidaan luvussa 4.2.

Vuonna 1971 lanseeratun Ladan myyntiä tukenutta markkinointia käsitellään tutkielman viidennessä pääluvussa. Ladan lehtimainontaan tutustutaan neljässä sanomalehdessä ja autoaiheisissa aikakauslehdissä olleiden mainosten avulla. Uutuusauton myynniltä odotettiin paljon ja sen toteutumista käsitellään luvussa 5.2. Öljykriisi vaikutti autoteollisuuden kehitykseen 1970-luvun alussa. Tutkielman viimeisen tutkimusluvun aiheena on Konelan ja Ladan sopeutuminen energiankäytön muutokseen ja nousevaan ympäristötietoisuuteen.

Tutkielman päätösluvussa esittelen työni tulokset. Vastaan johdantoluvussa esitettyihin tutkimuskysymyksiin ja liitän tutkimuksen aikana tekemäni havainnot osaksi laajempaa kokonaisuutta.

2 Oy Konela Ab yrityksenä

Suomalainen idänkauppa oli Neuvostoliiton aikakautta vanhempaa perua. Pietarin alueen kysynnällä oli suuri merkitys suomalaisen teollisuuden kehittymiselle 1800-luvulla. Metsä- ja konepajateollisuuden tuotteiden idänkauppaa helpottivat muun muassa raideyhteyksien syntyminen. Autonomian aikana taloussuhteista pidettiin huolta Pietarin hoveissa. Itsenäistymisen aikana ja vallan vaihtuessa Venäjällä kauppayhteydet olivat koetuksella, mutta solmittiin uudestaan Suomen ja Neuvostoliiton välille toisen maailmansodan jälkeen. Kauppakumppaneiksi muodostuivat suomalaiset yritykset ja Neuvostoliiton valtio laitoksineen ja vientiyhtiöineen. Idänkaupan luonnetta on ymmärrettävä bilateraalista kauppaa pidempänä historiallisena ilmiönä. Kauppatavat päivittäisellä tasolla, logistiikka maantieteen näkökulmasta, kieli ja tapakulttuuri kestävät aikaa, vaikka yhteiskunta ja kauppapolitiikka ympärillä muuttuvat.

Suomen ja Neuvostoliiton välinen bilateraalin clearing-kauppa käynnistyi vuonna 1951, jolloin ensimmäinen maiden välinen viisivuotinen tavaravaihtosopimus tuli voimaan. Clearing-kaupassa valtionrajojen yli ei liikkunut rahaa, vaan pelkästään tavaraa. Clearing-kauppaa Suomi oli ennen Neuvostoliiton kanssa solmittua yhteistyötä tehnyt esimerkiksi Saksan kanssa. Suomen Pankki hallinnoi kaupan taloudellisia transaktioita pitämällä yllä niin sanottua clearing-tiliä, joka pyrittiin pitämään tasapainossa saatavien osalta. Tuotteiden arvoa mitattiin clearing-ruplissa, jonka arvo määräytyi ruplan ja dollarin suhteesta sekä Suomen Pankin dollarinoteerauksesta. Tutkielmani ajanjaksona clearing-ruplan kurssi oli kiinteä ja muuttui vain markan ja Neuvostoliiton ruplan devalvaatioiden yhteydessä.³⁶ Neuvostoliiton luonnetta valtiokapitalistisena järjestelmänä voi tarkastella tästäkin näkökulmasta: maiden välillä ei liikkunut pääomia, ainoastaan tavaraa päittäin vaihdettuna. Tuotteiden tuotantoprosessi ja logistiikka sen sijaan sitoivat valtavia määriä pääomaa ja synnytti liikettä ympäröivillä

³⁶Hirvensalo, Inkeri: Suomen ja SNTL:n välinen clearing-maksujärjestelmä. Suomen Pankki, Helsinki 1979.

(https://helda.helsinki.fi/bof/bitstream/handle/123456789/9437/A49_1979.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

finanssimarkkinoilla. Konela oli Neuvostoliiton investointi ulkomaille ja sitä voitiin tarpeen vaatiessa pääomittaa konserniavustusten kautta.

Ennen tuontisäännöstelyn päättymistä vuonna 1962 Konelalla oli selkeä etulyöntiasema länsiautoja tuoviin kilpailijoihinsa verrattuna. Valuuttaa ei bilateraalisisessa kaupassa liikkunut eikä pankkitakauksia tarvittu, joten itäautoja sai tuoda maahan sitä mukaa, kun ne kävivät kaupaksi ja tehtaot pystyivät toimittamaan. Jopa muissa sosialistisissa valtioissa valmistetut autot olivat säännöstelyn alaisia. Esimerkiksi Helkaman maahantuomaa Skodaa joutui välillä odottamaan pitkään valtion lisenssijärjestelmän ja tehtaon toimitusvaikeuksien vuoksi.³⁷ Suomen ja Tšekkoslovakian välillä ei ollut tavaravaihtosopimusta, vaikka taloudellista yhteistyötä SEV-maiden kanssa pyrittiinkin kiihdyttämään.

Konela kilpaili Suomessa perinteisten länsiautomerkkien kuten Fordin, Volkswagenin ja Fiatin kanssa. Uusina haastajina markkinoille Konelaa hieman myöhemmin tulivat japanilaiset automerkit kuten Datsun ja Toyota. Nissan toi Suomeen vuonna 1962 ensimmäisen erän Datsun-autoja. Autokeskus Oy avasi tuontisäännöstelyn päättyessä hanat ja sitä seurasi Korpivaara Oy tuomalla maahan ensimmäiset Toyotat vuonna 1964. Suomesta tulikin japanilaisten autojen merkittävin eurooppalainen vientikohde 1960-luvulla.³⁸ Konelan merkeille japanilaiset automerkit muodostivat luonnollisen kilpailijan niiden edullisuuden ja Eliteä vastaavan kokoluokkansa vuoksi. Maurasen kuvaamaan automerkin valinnan poliittisuuden näkökulmasta japanilaista autoa voisi pitää länsieurooppalaisia ja ainakin amerikkalaisia autoja neutraalimpana. Konelan keräämien rekisteröintitilastojen perusteella japanilaisia autoja myytiin tasaisemmin ympäri maata neuvostoliittolaisiin kilpailijoihinsa verrattuna. Helsingissä Datsunin ja Toyotan markkinaosuudet ohittivat Konelan 1960-luvun lopulla, mutta Kemissä neuvostoautot säilyttivät johtoasemansa.³⁹

³⁷ Mauranen 19-20.

³⁸ Sahi, Juha: Miten Suomesta tuli japanilaisen auton maahantuonnin sillanpääasema 1960-luvulla? Historiaalinen aikakauskirja. 3/2013. Suomen Historiallinen Seura ja Historian Ystävien Liitto 2013.

³⁹ Rekisteritilastot myyntipiireittäin 1968-1985. 105. KA.

Konela tilastoi tarkasti myytyjen autojen ensirekisteröinnit. Omien merkkiensä lisäksi se keräsi kilpailevien merkkien tilastot myyntipiirikohtaisesti. Tilastointia hyödynnettiin muun muassa myyntiennusteiden tekemiseen, kilpailija-analyyseihin ja bilateraalsiin tavaravaihtosopimukseen liittyvissä neuvotteluissa toivotuista automääristä. Konelan markkinaosuudet vaihtelivat myyntipiirikohtaisesti. Valtakunnallisella tasolla Konelan huippuvuodet olivat ennen tuontisäännöstelyn päättymistä 1962. Uuteen markkinaosuuden kasvuun päästiin Ladan voimalla vuodesta 1971 lähtien.

Taulukko 1: Henkilöautojen ensirekisteröinnit 1960-1974

Vuosi	Henkilöauto- tot Suo- messa ⁴⁰	Konela ⁴¹	Konelan markkina- osuus	Moskvitsh	Volga	Lada	Jalta
1960	23 550	7087	27,55 %	6089	998		
1961	27 790	7280	26,20 %	5944	1336		
1962	41 002	6771	16,51 %	6019	752		
1963	52 225	4066	7,79 %	3598	468		
1964	82 106	5446	6,63 %	5016	430		
1965	100 129	3759	3,75 %	2655	477		627
1966	78 929	7317	9,27 %	6427	362		528
1967	65 836	4443	6,75 %	4299	113		31
1968	48 444	3360	6,94 %	3254	104		2
1969	84 542	4827	5,71 %	4717	69		41
1970	92 104	4795	5,21 %	4647	132		16
1971	75 320	4611	6,12 %	3380	116	1114	1
1972	101 398	9679	9,55 %	3184	96	6398	-
1973	118 649	11 932	10,06 %	3590	94	8247	1
1974	96 163	10 216	10,62 %	2019	155	8042	
1975	116 995	12 715	10,87 %	2391	289	10 035	

⁴⁰ Tilastokeskus ja Suomen Tieyhdistys. Koonnut Autoalan Tiedotuskeskus.

⁴¹50 Vuotta -juhlajulkaisu. Oy Konela Ab 1997, 11. (Lukema Konela-sarakkeessa sisältää automerkit Moskvitsh, Volga, Tsaika, Jalta ja Lada)

2.1 Konela osana idänkaupan järjestelmää

Konelan siirtyminen neuvostoliittolaiseen omistukseen 1947 liittyi saksalaisomistusten organisointiin sodan hävinneessä Suomessa, vaikka sen edeltäjäyhtiö Löfström ei ollutkaan varsinainen saksalaisyhtiö. Yrityksen uuden organisoinnin taustoja ei tunneta ja siihen liittyneet asiakirjat ovat Karusuon mukaan kadonneet. Joka tapauksessa kaikki saksalaisessa omistuksessa olleet yritykset ja Konela siirrettiin USIS:ksen hallintaan. Neuvostoliittolaisten autojen maahantuontiin osallistui aluksi muitakin yrityksiä, mutta 1950-luvulle tultaessa tehtävää suoritti vain Konela.⁴²

Suomen ja Neuvostoliiton välisissä tavaravaihtosopimuksissa henkilöautojen määrä määriteltiin vuosittain päivittämällä viisivuotissopimuksessa asetettuja tavoitteita. Sopimusneuvotteluissa oli edustettuna ministeriöitä, Suomen Pankki, yrityksiä ja etujärjestöjä. Neuvostoliiton puolen edustajina oli edustajia eri ministeriöistä ja vetovastuu oli ulkomaankauppaministeriöllä.⁴³

Konelan harjoittama automaahantuonti Neuvostoliitosta oli vain pieni osa bilateraalisen kaupan kokonaisvirrasta. Koneiden tuonnista henkilöautojen osuus oli kuitenkin suurin.⁴⁴ Valtaosa tuonnista oli öljyä ja muita raaka-aineita.⁴⁵ Koneiden ja laitteiden osuutta pyrittiin erityisesti Neuvostoliiton toimesta kasvattamaan. Tähän kategoriaan Konelan tuomat ajoneuvot kuuluivat. Vuosittaisissa tavaravaihtoa koskevilla neuvotteluilla molemmat osapuolet pyrkivät optimoimaan kaupan rakennetta omiin tarpeisiinsa.

⁴² Karusuo, 611.

⁴³ Vieraslista. Päiväämätön. Sopimus allekirjoitettiin 22.10.1959. Ministeri Karjalaisen vastaanotto runkosopimuksen allekirjoittamisen yhteydessä. Kansio: Neuvottelut pitkäaikaisesta kauppasopimuksesta NLiiton kanssa. Kotelo 132. Signum 58. Ulkomaankauppa ja ulkomaankauppapolitiikka. Neuvostoliitto. 1951-1981 Ulkoministeriön arkisto (UM).

⁴⁴ Koneiden tuonti Neuvostoliitosta 1954-1960 -tilasto. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Kauppaosasto. Helsinki 21.10.1961. Kansio: Suomen ja Neuvostoliiton neuvottelut v:n 1963 tavaravaihdosta. Kotelo 132. UM.

⁴⁵ Viita, Pentti: Kapitalismin ja sosialismin puristuksessa: Suomen ja Neuvostoliiton taloussuhteet 1944-1991. BSV kirja, Helsinki 2006, 92.

Suomelle kelpasivat jalostamattomat raaka-aineet teollisuuden myllyjä pyörittämään, mutta Neuvostoliitto ei aina kyennyt tai halunnut toimittaa toivottua määrää.⁴⁶

Autojen tuontisääntelyn purkautuessa vuonna 1962 Neuvostoliitosta tuotiin edelleen merkittävä määrä henkilöautoja Suomeen. Vuosille 1961-1965 solmitun 5-vuotiskauppasopimuksen täsmentämiseksi solmittiin vuosittaiset tavaravaihtosopimukset. Konelan myytäväksi tullut henkilöautomäärä kirjattiin sopimuksiin, mutta osapuolilla ei ollut velvoittavaa pakkoa autojen myymiseen. Ainoa Konelan saama myönnytys oli, että Suomen valtio takasi, ettei sovittua autokiintiötä koskien aseteta uusia ehtoja verojen, tullien tai säännösten muodossa.⁴⁷

Vuosien 1961-65 viisivuotissopimuksen neuvotteluissa henkilöautojen määrästä neuvoteltiin aloittaen neuvostoliittolaisten asiantuntijoiden korkeista tavoitteista. Neuvostoliiton tavoitemäärät olivat aluksi huomattavasti korkeammat kuin tavaravaihtopöytäkirjaan lopulta kirjattiin. Konelalla ja Avtoexportilla autoalan asiantuntijoina oli osuutensa tavoitteiden asettamisessa, kuten viisivuotissuunnitelmaa tehtäessä, mutta ne olivat varmasti Neuvostoliiton aluksi asettamia matalammat.⁴⁸

Sopimusta neuvottelevat työvaliokunnat pitivät useita työkokouksia molempien osapuolten kesken. Kokouksessa 29.6.1959 Olavi Munkki kertoi Suomen perustavan henkilöautotuonnin luvut Konela Oy:n lukuihin. Neuvottelussa oli pöydällä tuonnin kokonaisuus, jonka yksi osa autot olivat. Neuvostoliiton neuvottelija Vladimir Vinogradov kertoi pitävänsä Suomen ehdotettuja automääriä (4000 vuodelle 1961) liian

⁴⁶ Suomen-Neuvostoliiton väliset neuvottelut tavaravaihdosta vuonna 1963. Yhteinen kokous 19.11.1962. Kansio Suomen – N.liiton neuvottelut v:n 1963 kaupasta. Kokousmuistiot. Kotelo 133. UM. Ko. neuvottelu Mattilan ja Manshulun välillä on valaiseva esimerkki keskustelusta, jota eri tavararyhmien painotuksista ja toimituskyvystä käytiin. Myös: Holopainen, Kari: Orpo piru : muistumia Neuvostoliitosta, idänkaupasta ja hiukan muustakin. Helsinki 2007.

⁴⁷ Reima Kyläsen haastattelu 21.3.2020

⁴⁸ Kansio: Neuvottelut pitkäaikaisesta kauppasopimuksesta Neuvostoliiton kanssa (vuosille 1961-1965). Selostukset. Kotelo 128. UM.

pieninä ja antoi viimeisenä ehdotuksenaan lukumäärän 6000-7000. Munkki lupasi keskustella ja palata asiaan.⁴⁹

Munkin käymien keskusteluiden jälkeen Suomen valtuuskunnan ensimmäinen ehdotus heinäkuulta 1959 vuodelle 1962 oli 4500 autoa. Neuvostoliittolaiset tavoittelivat vuodelle 1962 7800:aa autoa ja lopulliseen sopimukseen kirjattiin 5100 kappaletta arvoltaan 20 000 000 ruplaa.⁵⁰ Neuvottelut määrästä etenivät neuvostoliittolaisten laskiessa tavoitettaan. Kauppa- ja teollisuusministeriön neuvoteltavia määriä kuvaavasta taulukosta päätellen juuri henkilöautojen määrä eli voimakkaimmin neuvotteluiden aikana. Sen rivi taulukossa keräsi eniten sinistä mustetta.⁵¹ Selostuksessaan neuvotteluista tasavallan presidentille ja muille korkean tason vastaanottajille 9.9.1959 Suomen valtuuskunnan varapuheenjohtaja Olavi Munkki piti saavutettua neuvottelutulosta 5000-6000:sta autosta tyydyttävänä, kun neuvostoliittolaiset olivat pyrkinet 6000-8000:aan.⁵² Viisivuotinen kauppasopimus allekirjoitettiin Helsingissä 22.10.1959. Sopimuksen allekirjoitusta juhlittiin kauppa- ja teollisuusministeri Ahti Karjalaisen vastaanotolla. Konelaa edustivat pääjohtaja N.N. (Nikolai) Vasiljev ja toimitusjohtaja L.W. (Lasse) Jaakkola.⁵³

Ulkoministeriön arkistossa säilytettävät neuvotteludokumentit sisältävät ulkoministeriön sekä kauppa- ja teollisuusministeriön aineistoa liittyen vuosittaisiin tavaravaihtopöytäkirjaneuvotteluihin.⁵⁴ Kauppa- ja teollisuusministeriön neuvotteluihin kutsumien tuontiasiantuntijoiden joukossa ei ollut koneisiin ja laitteisiin erikoistunutta

⁴⁹ Pöytäkirja/kokousmuistio 29.6.1959. Työvaliokunnan yhteiset kokoukset. Kotelo 129. UM.

⁵⁰ NLiittolaisten asiantuntijoiden ehdotus. Luettelo SNTLiitosta Suomeen vv.1961-65 toimitettavista tavaroista. Päiväämätön. Arvio huhtikuu 1959. Kotelo 128. UM.

⁵¹ Tuonti Neuvostoliitosta 1961-1965 -taulukko. Kotelo 128. UM.

⁵² Selostus 9.9.1959. Selostukset. Neuvottelut pitkäaikaisesta kauppasopimuksesta Neuvostoliiton kanssa. Kotelo 128. Ulkomaankauppa- ja ulkomaankauppapolitiikka. Neuvostoliitto. 1951-1981. UM.

⁵³ Vieraslista. Päiväämätön. Sopimus allekirjoitettiin 22.10.1959. Ministeri Karjalaisen vastaanotto runkosopimuksen allekirjoittamisen yhteydessä. Kansio: Neuvottelut pitkäaikaisesta kauppasopimuksesta NLiiton kanssa. Kotelo 132. UM.

⁵⁴ Kotelo 132. 1951-1981. UM.

asiantuntijaa.⁵⁵ 25.11.1961 päivätyn neuvottelupöytäkirjan mukaan Neuvostoliitosta tuotaisiin 6500 henkilöautoa ja 360 kuorma- ja pakettiautoa vuoden 1962 aikana arvoltaan 5 570 000 ruplalla. Autojen ja traktorien varaosia tuotaisiin 1 520 000 ruplalla vuonna 1962.⁵⁶

Neuvotteluiden alkuvaiheen työryhmien kokousmuistiossa autojen ja varaosien määristä keskusteltiin kuten myös suomalaisten ehdottaman 2000 moottoripyörän tuonnista. Neuvostoliiton neuvottelija Nikolai Ossipov kertoi keskustelewansa asiasta Konelan kanssa.⁵⁷ Ossipov oli Neuvostoliiton ulkomaankauppaministeriön ensimmäisen tuontihallinnon virkamies. Hän oli mukana neuvottelemassa voimassa ollutta viisivuotissopimusta. Neuvotteluissa Konelan kanssa keskusteli siis neuvostoliittolainen osapuoli. Keskustelu käytiin nimenomaan Konelan, ei Avtoexportin kanssa. Konela oli neuvostoliittolaisen osapuolen yhteistyöyritys neuvotteluissa, mikä selittää sen, ettei siitä ollut mainintaa UM:n kokousmuistioissa tuontipuolen asiantuntijoissa. Ulkoministeriön neuvotteluita koskevissa työpapereissa mainittiin traktorien varaosista, että ”Hyväksytty taholtamme, koska Konela myynyt jo kuluvana vuonna.”⁵⁸ Tuotavien henkilöautojen lukumäärä näytti olleen sovittuna jo neuvotteluiden aikaisessa vaiheessa. Kauppa- ja teollisuusministeriön Alustava asetelma -dokumentissa 15.9.1961 todettiin kiintiömäärien kohdalla ”Konelan toivomus.” Konelan toivomuskirjettä ei löydy myöskään yritysten ministeriölle esittämien Tuontitoivomusten joukosta. Vastaavanlaisia merkintöjä papereihin tehtiin myös esimerkiksi Nesteen ja ilmavoimien toivomuksia polttoaineiden tuontia koskien.⁵⁹

Puheenjohtajana Suomen puolelta neuvotteluissa toimi osastopäällikkö Olavi Munkki ulkoministeriöstä ja varapuheenjohtajana Konelan yhteydessä myöhemmin esiintynyt

⁵⁵ Kauppa- ja teollisuusministeriön lista 26.11.1961. Kotelo 132. UM.

⁵⁶ Liite pöytäkirjaan 25 päiväältä marraskuuta 1962. Kotelo 132. UM.

⁵⁷ Kokousmuistio. Suomen tuontia SNT-liitosta käsittelevän työryhmän kokoukset. Ulkomaankauppa- ja ulkomaankauppapolitiikka. Kotelo 132. UM.

⁵⁸ Työpaperit. Suomen ja Neuvostoliiton neuvottelut vuoden 1962 kaupasta. Kotelo 133. UM.

⁵⁹ Työpaperi 15.9.1961. Kotelo 132. UM.

ylijohtaja Olavi J. Mattila, kauppa- ja teollisuusministeriön kauppaosaston päällikkö.⁶⁰ Neuvostoliiton neuvottelijoista nousi esiin Konelaan liittyvänä nimenä Juri Piskulov, myöhemmin Konelan kaupallisena johtajana toiminut kaupallisen edustuston osastopäällikkö.⁶¹ Dokumentaatio neuvotteluista tehtiin suomeksi, venäjäksi ja englanniksi. Valuuttana clearing-kaupassa käytettiin ruplaa. Ulkoministeri Ahti Karjalaiselle laadittiin neuvottelua koskeva yhteenvetokansio.⁶²

Vuoden 1962 tavaravaihtoa koskevassa pöytäkirjassa henkilöautojen tuontikiintiöstä käytiin neuvottelu aloittaen viisivuotisen kauppasopimukseen kirjatuista määristä. Neuvostoliittolainen osapuoli pyrki nostamaan vuosittaista tuontikiintiötä, mutta suomalaiset olivat varovaisempia. Neuvostoliittolaiset konsultoivat Konelaa autojen lukumääriin liittyen. Arvatenkin keskusteltiin Konelan käsityksestä autojen kysynnästä ja Konelan kyvystä myydä autoja. Autojen tuontikiintiö oli vain yksi osa kauppasopimuksen kokonaisuutta, jonka sisällä tuotteiden määrien välillä tasapainoiltiin suhteessa sopimuksen kokonaisarvoon.⁶³

Vuodelle 1962 neuvoteltu 7000-8000 autoa antoi liikkumavaraa myynnille ikään kuin ennakoiden autojen tuontisäännöstelyn vapautumista ja uutta kilpailutilannetta. Marraskuussa UM:n neuvotteluiden työpapereissa henkilöautojen tuonnin määrä oli samalle vuodelle vielä avoinna välillä 7000-8000 kappaletta. Arvoksi tilannetaulukoon oli kynällä korjattu 5100-5810 tuhatta ruplaa. Lokakuussa 1962 vuoden autotuontimäärä ei vielä ollut tiedossa, vaan UM:n taulukoissa lukema oli vanha arvio ja ”kontrahtoiduksi” eli toteutuneeksi arvoksi oli merkitty 6 270 000 ruplaa (22 370 000,00 markkaa).⁶⁴

⁶⁰ Kirjelmä 18.11.1961. Suomen Neuvostoliiton kanssa marraskuussa 1961 käytävät neuvottelut tavaravaihdosta v.1962. Kotelo 132. UM.

⁶¹ Kokousmuistio 2.11.1961. Yhteinen kokous n:o3. Neuvottelut vuoden 1962 tavaravaihdosta SNT-Liiton kanssa. Kotelo 132. UM.

⁶² Yhteenveto-kansio Ministeri Karjalaiselle. Suomen ja SNT-Liiton neuvottelut kauppavaihdosta 1962. Kotelo 132. UM.

⁶³ Taulukko osapuolten tuontiehdotuksista Suomeen 7.11.1961. Kotelo 132. UM.

⁶⁴ Tilanne tavararyhmittäin 17.11.1962 -taulukko. Suomen ja Neuvostoliiton neuvottelut v:n 1963 kaupasta. Kotelo 135. UM.

Lopulta Konelan tuomia henkilöautoja rekisteröitiin vuonna 6771 kappaletta. Tässä oli mukana edellisenäkin vuonna tuotuja autoja. Lukemaan oltiin Konelassa erittäin tyytyväisiä vapautuneessa kilpailutilanteessa.⁶⁵

Tavaravaihto kasvoi suhteessa viisivuotissuunnitelmassa sovittuun kautta linjan yksittäisinä vuosina, joten autojenkin määrää oli loogista nostaa. Kriittisinä hyödykkeinä Suomen tuontitavoitteiden saavuttamiseksi vuonna 1963 pidettiin henkilöautoja, rehuja ja valssaustuotteita eli saatiinko niitä tuotua maahan tarpeeksi.⁶⁶

Vuoden 1963 tavaravaihtoa koskeissa neuvotteluissa henkilöautojen kiintiö oli auki vielä vielä marraskuussa. Suomen ehdotus neuvotteluissa oli vuoteen 1962 vertautuva 6500 kappaletta ja viisivuotissopimuksessa määräksi oli asetettu 5300 kappaletta.⁶⁷ 29.11.1962 ulkoministeriössä käydyssä yhteisessä kokouksessa Mattila ja Aleksei Manshulo NL:n edustajana keskustelivat määrästä. Manshulo kertoi autoja tuodun vuonna 1962 yli 7000 kappaletta, joten määrää tulisi nostaa seuraavalle vuodelle 8000:een. Mattila ehdotti määrän jättämistä vielä avoimeksi, mutta Manshulo lupasi, että suuremman kiintiön myymiseksi ryhdyttäisiin kaikkiin toimenpiteisiin eikä Mattila vastustanut isomman määrän tuontia ”jos niitä menee enemmän kaupaksi.”⁶⁸ Tässä tapauksessa henkilöautojen myynnistä vastasi neuvostoliittolainen osapuoli eli Konela. Neuvotteluissa yleisesti Suomi pyrki kasvattamaan öljytuotteiden ja muiden raaka-aineiden tuontia, kun taas NL halusi tuoda esimerkiksi autoja edellisvuotta enemmän. Suomalaisesta näkökulmasta itäautokauppaakin tuontisäännöstelyn päätyttyä voi pitää kannattavana, sillä toihan se esimerkiksi verotuloja. Ystävyysspolitiikan näkökulmasta neuvostoliittolaisia kuluttajatuotteita olisi Suomessa voitu myydä enemmänkin. Vuoden 1963 henkilöautotuonnin määräksi kirjattiin sopimukseen 7000-8000 kappaletta, mikä oli

⁶⁵ Konelan Uutiset 4/1962, 3.

⁶⁶ Selostus. Pöytäkirja. Suomen ja Neuvostoliiton neuvottelut v:n 1963 kaupasta. Kotelo 134. UM.

⁶⁷ Työpaperit. Suomen ja Neuvostoliiton neuvottelut v:n 1963 kaupasta. Kotelo 135. UM.

⁶⁸ Kokousmuistiot. Suomen ja N-liiton neuvottelut v:n 1963 kaupasta. Kotelo 135. UM.

huomattavasti viisivuotissopimukseen asetettua tavoitetta korkeampi määrä.⁶⁹ Autontuontia voi pitää rahallista tai lukumääräistä arvoaan suurempana, sillä sen yksityiskohtaisista lukumääräistä keskusteltiin korkealla tasolla Mattilan ja Manshulon välillä. Vuoden 1963 osalta neuvottelua koskevissa valmisteluaineistoissa ei kuitenkaan ollut mainintaa Konelasta kuten vuotta 1962 koskevassa aineistossa.⁷⁰

Konela oli kauppasopimusneuvotteluissa Neuvostoliiton valtuuskunnan hallinnoima osapuoli. Neuvostoliitto pyrki kasvattamaan henkilöautojen osuutta Suomeen viennin kiintiöissä. Konelaa konsulttoitiin autojen lukumäärissä eli markkinamekanismiin luotettiin kysynnän selvittämisessä. Yhtä lailla Konelalla oli asiantuntemusta Suomen autokaupan kilpailutilanteesta. Viisivuotissuunnitelmaa sovittaessa henkilöautojen tuontirajoitusten poistamisesta ei vielä ollut täyttä varmuutta, mutta vuosina 1961-62 asia oli jo tiedossa. Suomalaisen neuvotteluosapuolen ja Konelan välisistä keskusteluista ei ole merkintöjä. Yhteys Suomen korkeimpaan johtoon presidentti Kekkosta myöten oli kuitenkin luotu ja esimerkiksi ”idänkaupan voimamies” Olavi J. Mattila nähtiin usein Konelan tilaisuuksissa, vaikka ajoikin itse 1970-luvulla Saabilla. Taustalla tapahtui mielenkiintoinen siirto, kun Juri Piskulov siirtyi vuonna 1967 ulkomaankauppaministeriöstä Konelan kaupalliseksi johtajaksi edeten myöhemmin apulaispääjohtajaksi Albert Engibarovin ja myöhemmin Viktor Prasolovin rinnalle.⁷¹ Neuvostoliittolaisten virkamiesten liike vientiyhtiöiden ja ulkomaankauppahallinnon välillä helpotti mahdollisesti Konelan asemaa autontuontikiintiöistä sovittaessa.

Vuoden 1971 tavaravaihtosopimus on kiinnostava tutkielmani kannalta sinä vuonna lanseeratun Ladan näkökulmasta. Edeltäneen yhdeksän vuoden aikana Suomen ja Neuvostoliiton suhde oli tiivistynyt kaupan saralla: bilateraalisesta kaupan arvo yli kaksinkertaistui vuodesta 1962 vuoteen 1971.⁷²

⁶⁹ Pöytäkirja 30.11.1962. Suomen ja Neuvostoliiton neuvottelut v:n 1963 tavaravaihdosta. Kotelo 135. UM.

⁷⁰ Kokousmuistiot. Suomen ja N-liiton neuvottelut v:n 1963 kaupasta. Kotelo 135. UM.

⁷¹ Piskulov, 43-45.

⁷² Viita, 91-92 ja 145-146.

Tuolloin voimassa olevasta viisivuotissopimuksesta vuosille 1971-1975 neuvoteltiin vuosina 1969-1970. Suomen ja Neuvostoliiton välisen taloudellisen, teknisen ja teollisen yhteistyön kehittämiseksi allekirjoitettiin sopimus 20.4.1971, joka ratifioitiin 26.11.1971. Sopimus toimi kehyssoimukseina jo aiemmin voimassa olevien sopimusten tukena.⁷³ Näitä olivat tieteellisteknillinen yhteistyösopimus vuodelta 1955 ja vuoden 1967 taloudellinen yhteistyösopimus. Sopimuksen laatimisessa Suomen puolelta oli aloitteentekijänä presidentti Urho Kekkone. Neuvotteluissa vetovastuussa toimi ulkoministeri Olavi J. Mattila pääministeri Ahti Karjalaisen tukiessa prosessia ja allekirjoittaessa sopimuksen. Neuvostoliiton puolelta sopimuksen pääneuvottelijana oli ”Suomen ystävä”, ulkomaankauppaministeri Nikolai Patolitshev. Allekirjoittajana toimi ministerineuvoston puheenjohtajana Aleksej Kosygin.⁷⁴ Sopimus lähensi osaltaan Suomea ja Neuvostoliittoa poliittisesti ja tiivisti ystävyyspolitiikkaa. Vastaavanlaisia sopimuksia Neuvostoliitto laati muidenkin valtioiden kanssa, mutta Suomen kanssa yhteistyö oli erityisen pitkäaikaista ja laajaa. Olihan Suomella ja Neuvostoliitolla ainutlaatuinen bilateraallinen kauppakumppanuus, jota tälläkin sopimuksella haluttiin lujittaa. Ystävyyspolitiikkaa uusi sopimus lujitti korkealla tasolla ja osaltaan vahvisti välittävää tasoa, kun kaupallista yhteistyötä päätettiin kehittää. TTT-sopimuksen allekirjoituksen yhteydessä Moskovassa 26.4.1971 tehtiin merkittäviä aiheeseen liittyviä päätöksiä: Luonnonkaasua alettaisiin toimittaa Neuvostoliitosta Suomeen ja toinen ydinvoimala tilattiin rakennettavaksi Loviisan voimalaa laajentaen.⁷⁵

Mielenkiintoisena huomiona UM:ssä pohdittiin vuonna 1971, voitiinko autoja tuoda ohi kiintiöiden rajakaupan puitteissa?⁷⁶ Konela oli parhaillaan rakentamassa maahantuontikeskusta Lappeenrannan Raippoon itärajan läheisyyteen.

⁷³ Kansio: Sopimus taloudellisen, teknisen ja teollisen yhteistyön kehittämisestä Suomen ja SNTL:n välille; allekirj. Moskovassa 20.4.1971. Kirjoitus: Ulkoministeri Olavi J. Mattilan kirjoitus ”Maailma ja me” - aikakauslehteen, vuodenvaihte 1971-1972. Kotelo 154. UM.

⁷⁴ Kansio: yllä. Kotelo 154. UM.

⁷⁵ Yhteenveto sopimuksista. Markku Reimaa 26.4.1971. Kansio yllä. Kotelo 154. UM.

⁷⁶ Muistio: Mihajeville esitettävää. 8.2.1971 Olli Mennander. Kansio yllä. Kotelo 154. UM.

Vuoden 1970 lopulla käydyissä neuvotteluissa vuoden 1971 tavaravaihtopöytäkirjan laatimiseksi neuvoteltiin Helsingissä ja Aulangolla. Neuvottelut käytiin ulkoministeriön 31.12.1970 laatiman raportin mukaan sujuvasti eikä esimerkiksi erillisiä työryhmiä perustettu. Osapuolten alkuperäiset ehdotukset koneiden ja laitteiden kiintiöiksi olivat olleet melko lähellä toisiaan. Suomalaisten tuontitoivomuksissa oli toivetta nostaa määriä erityisesti polttoaineissa kohonneiden maailmanmarkkinahintojen vuoksi. Raakaöljyn ja öljytuotteiden ryhmässä UM:n raportin mukaan Neuvostoliitto taktikoi ja panttasi tietoja mahdollisista määristä alkuneuvotteluissa. Neuvostoliitto pyrki nostamaan koneiden ja laitteiden määrää eli kiintiötä, johon henkilöautot kuuluivat.⁷⁷ Henkilöautojen määrä nousi viisivuotissuunnitelmaan kirjatusta 6500:stä 7500 kappaleeseen. Neuvostoliittolaiset olivat neuvotteluiden alussa ehdottaneet 7900:aa autoa.⁷⁸ Todennäköisesti määrä tuli Konelan esittämästä toiveesta. Vuonna 1969 Konelan tuomia autoja oli rekisteröity 4895 kappaletta Suomessa ja vuonna 1970 4527 kappaletta.⁷⁹ Voidaanko nousseesta tuontitavoitteesta päätellä, että Konela oli valmistautumassa Ladan tuloon ja toisaalta, olisiko Konela saanut edellisinä vuosina myytyä enemmänkin, mutta tuontikiintiö ja toisaalta autoteollisuuden toimituskyky rajoittivat sen mahdollisuuksia? Kauppaneuvotteluissa Konelan asiaa ajoi neuvostoliittolainen osapuoli, joka pyrkikin kasvattamaan kiintiötä, mutta neuvotteluissa henkilöautot olivat vain yhtenä pelinappulana muiden joukossa. Suomalaisten tuontitavoite oli aina matalampi kuin neuvostoliittolaisten.

Vuotta 1972 koskeissa tavaravaihtoneuvotteluissa 1971 jälkipuoliskolla Lada oli ollut markkinoilla jo useita kuukausia. Konelan rekisteröintitilaston mukaan sen myyntimäärä oli korkea: tammi-joulukuussa 1972 Suomessa rekisteröitiin 6475 Ladaa.⁸⁰ Ulkoministeriön Pentti Uusivirran allekirjoittamassa raportissa neuvotteluista todettiinkin henkilöautoista Konelan tarkan ehdotuksen vuodelle 1972 olevan 6925

⁷⁷ Olli Mennanderin Raportti Suomen ja Neuvostoliiton välisistä, vuotta 1971 koskevista tavaravaihtoneuvotteluista Aulangolla ja Helsingissä 22.9.-14.10.1970. Kotelo 151. UM.

⁷⁸ Raportti 18.11.1970. Kotelo 151. UM.

⁷⁹ Rekisteröintitilastot 1969 ja 1970. KA.

⁸⁰ Rekisteröintitilastot 1972. KA

kappaletta arvoltaan 4 060 000 ruplaa ja Neuvostoliiton 8000 kappaletta kuten viisivuotissopimukseen tuolle vuodelle oli tavoitteena. Neuvostoliitto arveli ”uuden mallin” parantavan menekkimahdollisuuksia viitaten ilmeisesti Ladaan. Tuonnin haarukaksi sovitiin 7000-8000 kappaletta.⁸¹ Raportin maininta Konelasta vahvistaa käsitystä sen tärkeästä asemasta idänkaupan toimijana. Konelan ja Neuvostoliiton ehdotusten erotus oli kuitenkin yli tuhat autoa. Yrittikö Neuvostoliiton kauppavaltuuskunta painostaa Konelaa ottamaan enemmän autoja myytäväksi kuin se toivoi? Syitä tälle erotukselle voi vain arvuutella, mutta esimerkiksi Piskulovin mukaan Neuvostoliiton kaupallisen edustuston ja Konelan neuvostoliittolaisen johdon välit eivät olleet täysin mutkattomat.⁸²

Yhteensä Konelan tuomia henkilöautoja rekisteröitiin vuonna 1972 9726 kappaletta, joista Ladan osuus oli 6475 autoa.⁸³ Rekisteröidyissä autoissa oli mukana edellisinäkin vuosina maahantuotuja autoja, mutta Konelan myynnin voidaan sanoa lähteneen uuteen nousuun Ladan tultua markkinoille.

Neuvostoliiton kauppavaltuuskunnan jäsenistöön ei kuulunut varsinaista Avtoexportin eikä Konelan edustajaa. Muissa yhteyksissä heitä oli kuitenkin mukana: Konelan maahantuontikeskuksen avajaisissa Raipossa vuonna 1971 Mattilan kanssa vierailleet Smeljakov ja Neuvostoliiton Suomessa oleva kaupallinen edustaja Mihejev olivat kuitenkin mukana kauppavaltuuskunnan tilaisuuksissa.⁸⁴ Mihejevillä lienee ollut hyvät suhteet Konelaan Suomessa ja Raipossa mukana olleella Avtoexportin johtaja Petrovilla Moskovon päässä ulkomaankaupan hallintoon. Uskon Konelan asiaa hoidetun Avtoexportin ja ulkomaankauppaministeriön välillä.

⁸¹ Raportti ”Suomen ja Neuvostoliiton väliset vuotta 1972 koskevat tavaravaihtoneuvottelut Moskovassa 25.10.-2.11.1971, 15. Kotelo 153. UM.

⁸² Piskulov, 50.

⁸³ Rekisteröintitilastot 1972. KA.

⁸⁴ Osallistujalista: Lounas Neuvostoliiton kauppavaltuuskunnan kunniaksi 1.10.1971 klo 12:00 Ravintola Marskissa. Kotelo 155. UM. Ja: Konelan Uutiset 4/1971. 6-7.

Neuvotteluissa vuoden 1973 tavaravaihdosta oltiin 1.10.1972 neuvotteluosapuolten kesken jo hyvissä ajoin samaa mieltä koneista ja laitteista. Suomen esitykset perustuivatkin ”neuvostoliittolaisten maahantuontiyritysten Oy Koneisto Ab:n ja Oy Konelan Ab:n ehdotuksiin.” Neuvotteluista oli poissa tuttu nimi, Olavi J. Mattila, ja puheenjohtajana Suomen puolella kauppavaltuuskunnassa toimi ulkomaankauppaministeri Jussi Linnamo. Neuvostoliiton neuvotteluista johtivat tutut nimet ulkomaankauppaministeri Patolitshev puheenjohtajana.⁸⁵

Vuoden 1973 henkilöautokiintiöksi sovittiin 8500-10000 kappaletta, mikä oli suurin määrä tavaravaihtopöytäkirjoissa siihen asti.⁸⁶ Koneiden ja laitteiden kiintiö kasvoi kokonaisuutena 50% edellisvuodesta, mikä olikin ollut erityisesti neuvostoliittolaisten jatkuvana tavoitteena. Vuonna 1973 rekisteröitiin jo marraskuun loppuun mennessä 11006 Konelan maahantuomaa autoa. Tällä lukumäärällä se nousi lähelle Toyotan kärkipaikkaa Suomen henkilöautomarkkinoilla.⁸⁷ Määrässä oli mukana edellisinä vuosina maahantuotuja ajoneuvoja, mutta Konela ylitti jälleen tavaravaihtosopimukseen kirjatun tuontikiintiön. Jollain keinolla autoja saatiin maahan yli kiintiön. Olihan Mattilakin todennut jo vuonna 1961, että autoja voi tuoda yli kiintiön, jos ne menevät kaupaksi. Ja Ladan ansiosta ne menivätkin kaupaksi nopeammin kuin yksikään Konelan auto vapautuneilla automarkkinoilla. Tavaravaihdon toteutumista tarkasteltiin puolivuositain pidetyissä kauppakomission kokouksissa.

Idänkaupassa Konela oli varhaisen perustamisensa ansiosta eräänlainen edelläkävijä. Sen automaahantuonti käynnistyi jo 1940-luvun lopulla ennen Suomen ja Neuvostoliiton kauppasopimuksen laatimista. Omistusrakenteensa vuoksi sillä oli suora yhteys Helsingin ja Moskovan välillä. Verrattuna moneen muuhun Neuvostoliitosta tuotuun hyödykkeeseen, Konelan tuotteen tukena oli Suomessa toimiva myynti- ja markkinointikoneisto. Tästäkin näkökulmasta katsottuna neuvostoliittolaista henkilöautoa voidaan pitää tärkeänä välineenä ystävyyspolitiikalle: sen kauppaa

⁸⁵ Muistio. Puromies 10.1.1972. Kansio Suomi-Neuvostoliitto neuvottelut v. 1973 tavaravaihdosta Helsingissä 13.-23.11.1972. Kotelo 155. UM.

⁸⁶ Pöytäkirja keskinäisistä tavarantoimituksista vuonna 1973, 23.11.1972. Kansio yllä. Kotelo 155. UM.

⁸⁷ Rekisteröintitilastot. Tammi-marraskuu 1973. KA.

säädeltiin poliittisen päätöksenteon korkeimmilla tasoilla ja välittävissä kerroksessa. Henkilöautojen käyttäjät eli useimmiten tavalliset kansalaiset autoilivat Mosseillaan ja Ladoillaan *arjen tasolla*.

Konelan oma näkemys idänkaupasta ja erityisesti henkilöautojen roolista siinä näkyi Konelan Uutisten sivuilla, joissa bilateraalisen kaupan tärkeyttä perusteltiin suomalaisille lukijoille kansantaloudellisilla hyödyillä: mitä enemmän neuvostoautoja Suomessa myytäisiin, sitä enemmän suomalaisia tuotteita vietäisiin Neuvostoliittoon. Konelan viestinnässä käytettiin samantyyppistä kieltä kuin Suomen valtionjohdon puheissa. Puhuttiin esimerkiksi ”ystävällisistä suhteista” ja ”maittemme välisistä luottamuksellisista periaatteista.”⁸⁸

Konelan autotuontia koskevan idänkaupan piirissä toimineiden keskuudessa vallitsi yhteinen käsitys kauppatavoista, tuotannosta ja rahoituksesta. Ideologisia ristiriitoja ei ole havaittavissa neuvotteluita koskevissa dokumenteissa. Ylätason sopimuksissa asetettu yhteistyöhenki välittyi neuvottelukerrokseen. Kiintiöstä ja niiden sisällä olevista tuotteista keskusteltiin kuin missä tahansa kauppaneuvotteluissa. Tuotannon ja tuotettujen hyödykkeiden yhteiskunnallisista vaikutuksista ei havaintojeni mukaan keskusteltu. Business is business -henki tuntui vallinneen kauppavaltuuskuntien kesken, riippumatta osallisten valtioiden erilaisista poliittisista järjestelmistä. Neuvostoliittolaisia autoja voitiin tuoda Suomeen jopa yli kiintiön, kunhan Konela huolehtisi niiden myynnistä, markkinoinnista ja huollosta. Neuvostoliittolainen yritys sai hyödyntää suomalaisia markkinoita ja työvoimaa kuten muutkin yritykset. Sen menestymisestä huolehdittiin ja sitä tuettiin molempien valtioiden poliittisesta eliitistä käsin.

2.2 Konelan henkilöstö

Konelan henkilöstöstä valtaosa oli suomalaisia. Ylimmissä johtotehtävissä eli pääjohtajana, finanssijohtajana, teknisenä ja kaupallisena johtaja toimi neuvostoliittolaisia henkilöitä, mutta toimitusjohtaja oli suomalaislainen. Konelan

⁸⁸ Konelan Uutiset 2/1972, 4.

alkuaikoina johtajat vaihtuivat tiheästi, mutta toiminnan vakiintuessa henkilöstö johtoa myöten viihtyi Konelassa pitkään. Henkilöstön määrä suoraan Konelan palveluksessa vuonna 1962 oli 241 ja 1972 326 henkilöä.⁸⁹ Konelaa johdettiin Lauttasaaren pääkonttorista. Siellä työskenteli yhtiön johto konttoriesikuntineen. Helsingistä ohjattiin maahantuontia, yhteyksiä piirimyyjiin ja tytäryhtiöihin sekä tarjottiin huoltopalveluita.

Neuvostoliittolaisten johtajien taustat olivat useimmiten ulkomaankaupan hallinnollisissa tehtävissä. Pääjohtajien toimikaudet olivat yleensä muutaman vuoden mittaisia. Syyskuussa 1961 Konelan pääjohtajaksi nimetty Aleksei Savtshenko oli koulutukseltaan diplomi-insinööri ja työskennellyt ennen Konelaa koneenrakennuksen parissa ja ulkomaankauppaministeriössä johtotehtävissä. Konela-pestiä ennen Savtshenko toimi viiden vuoden ajan Suomessa Neuvostoliiton kaupallisessa edustustossa vastaten koneiden ja laitteiden kaupasta.⁹⁰ Hänen taustansa on hyvä esimerkki Konelan ja Neuvostoliiton valtion läheisyydestä. Oikeilla nimityksillä saatiin luotettavat henkilöt takaamaan autoviennin menestys markkinoiden kysyntäpuolella eli kuluttajien mielissä sekä tarjontapuolella eli varmistamalla hallinnollisen ja tuotannollisen prosessin sujuvuus. Konelalle oli tärkeää saada autonsa myytäväksi bilateraalisesta kaupan kiintiöiden kautta. Neuvostoliittolainen johto tasapainotteli tässä ulkomaankauppahallinnon ja autotehtaiden korkeiden vientitoiveiden ja Konelan arvioiman realistisen kysynnän välillä.

Konelasta saadulla työ- ja liiketoimintakokemuksella saattoi olla merkitystä, kun Avtoexport laajensi kansainvälistä toimintaansa. Vuonna 1964 Belgiaan perustetussa yhteisyrityksessä Scaldia-Volgassa osattiin välttää pahimmat sudenkuopat, joihin Konelan alkuvuosina kompasteltiin.⁹¹

Konelan toimitusjohtajana vuosina 1947-49 toiminut, vuonna 1905 Lapualla syntynyt Matti Huhta oli SKDL:n kansanedustaja osittain samanaikaisesti Konela-positiona

⁸⁹ Toimintakertomukset 1962 ja 1972.

⁹⁰ Konelan Uutiset 3/1961, 10.

⁹¹ Konelan Uutiset 2/1970, 13.

kanssa. Konelan johtajat -listalla Huhtaa ei mainita⁹², mutta kaupparekisteriotteessa Huhta on toiminimenkirjoitusoikeudellisena henkilönä Konelassa.⁹³ Nuoruudessaan Huhta ei ottanut osaa sisällissotaan, vaan toimi sodan aika renkinä maatilalla. Vuonna 1923 SKP:een liittynyt Huhta työskenteli sahoilla ja rakennuksilla. Hän osallistui sekä salaiseen että julkiseen toimintaan puolueessa ja ammattiliitossa. Vuonna 1931 Huhta muutti Venäjälle.⁹⁴ Palattuaan Suomeen 1935 Huhta toimi SKP:n yleisorganisaattorina, mutta vangittiin vuonna 1936.⁹⁵ Istuessaan tuomiotaan Riihimäen vankilassa Huhta organisoi salaista vankilatoimintaa poliittisten vankien keskuudessa. Muodostui vankilaneuvosto, niin sanottu Huhdan putiikki, jonka piiristä valikoitui SKP:lle kovan linjan uusia johtohenkilöitä sodan jälkeen.⁹⁶ Huhta palasi vapauduttuaan turvasäilöstä korkealle SKP:n organisaatiossa vastaten muun muassa puolueen 30-vuotisjuhlien taloudesta.⁹⁷ Hänet valittiin eduskuntaan vuonna 1945. Kansanedustajana hän sai sakkotuomion rekisteröimättömän auton kuljettamisesta. Tämä ei estänyt valintaa Konelan ensimmäiseksi toimitusjohtajaksi vuonna 1947. Huhta erotettiin SKP:stä 1950 vuonna 1936 annettujen kuulustelulausuntojen takia ja joutui eroamaan myös vaimostaan Tyyne Tuomisesta puoluejohdon vaatimuksesta.⁹⁸ Ongelmat puolueessa ja yksityiselämässä saattoivat aiheuttaa Konela-uran nopean päättymisen. Huhdan työura jatkui liikemiehenä Pohjois-Suomessa.

⁹² Oy Konela Ab johtajat 1947-2001. Mobilia.

⁹³ Kaupparekisteriote. Diaarinumero 524/116 -47. Historiaote (Oy Konela Ab) Delta Motor Group Oy. Patentti- ja rekisterihallitus.

⁹⁴ Kyselykaavaake (ulkomaisten kommunistipuolueista NKP (b):n jäseniksi siirtoa varten.) Kansallisarkisto.

⁹⁵ Rentola, Kimmo: Kenen joukoissa seisot. Suomalainen kommunismi ja sota 1937-1945. WSOY, Juva 1994, 81

⁹⁶ Rentola, 190-194.

⁹⁷ Matti Huhta. Jakso 4. Kansallisarkisto.

⁹⁸ Leppänen, Veli-Pekka: Kivääri vai äänestyslippu? Suomen kommunistinen puolue 1964-1970. Edita, Helsinki 1999, 157-158.

Huhdan jälkeen Konelassa vaihtuivat suomalaiset toimitusjohtajat tiheään tahtiin. Konelan johtajat -listauksessa vuodelle 1949 toimitusjohtajaksi merkittyä ”P-O Alftania” ei löydy kaupparekisteriotteesta. Georg Pietrovskyn lyhyellä toimitusjohtajakaudella 1950-51 Moskvitshin ja Pobedan myynti lähti liikkeelle vauhdikkaasti, mutta toimitusjohtajan kausi jäi lyhyeksi.⁹⁹ Tietynlainen sekavuus näkyy jälkeinpäin Konelan alkuvuosien toiminnassa, minkä ovat myöhemmin aikoja muistelleet vahvistaneet.¹⁰⁰

Konelan toimitusjohtaja oli vuosina 1952-1961¹⁰¹ 1916 Luvialla syntynyt Lasse Jaakkola. Ennen Konelaa Jaakkola osallistui työväenliikkeen nuorisjärjestöjen toimintaan. Vuonna 1945 hänet valittiin sosiaalidemokraattisen nuorisoliiton puheenjohtajaksi. Hän työskenteli Työväen Sanomien Tietotoimiston päätoimittajana 1946.¹⁰² 1948 Jaakkola oli ehdolla eduskuntavaaleissa SKDL:n listoilla, mutta ei tullut valituksi.¹⁰³ Eroaan sosiaalidemokraattisesta puolueesta Jaakkola perusteli tympääntymisellään SDP:tä johtavaan ”oikeistojuntaan”, joka ei enää palvellut palkallaan elävien työläisten ja pienviljelijöiden asiaa.¹⁰⁴ Vuonna 1951 Jaakkola palkattiin SYP:n puoluetoimistoon.¹⁰⁵

⁹⁹ Oy Konela Ab:n johtajat 1947-2001. Konekirjoitettu listaus. Konelan arkistoaineistot. Mobilia, Tieliikenteen valtakunnallinen erikoismuseo.

¹⁰⁰ Konela 50 vuotta, 23.

¹⁰¹ Oy Konela Ab:n johtajat 1947-2001.

¹⁰²”Liitteet sosiaalidemokraattisen puolueen puoluetoimikunnan toimintakertomukseen V4.TA 1945.” Helsinki 1946. (http://www.tyark.fi/lists/SDP_ptk_1946_liitteet.pdf)

¹⁰³ ”Sieltä löytyivät ystävät elämän retkille”. Varttuneet demarinuoret risteilevät 1992–2017. Varttuneet Suomen Sosialidemokraattinuoret Helsinki 2018, 21. ([https://issuu.com/Suomen Sosialidemokraattinuoret/docs/varttuneet_Suomen Sosialidemokraattinuoret](https://issuu.com/Suomen_Sosialidemokraattinuoret/docs/varttuneet_Suomen_Sosialidemokraattinuoret))

¹⁰⁴ Arkistoyksikkö: 230 Jaakkola Lasse Viljam. Luettelo 269, Suomen kommunistisen puolueen jäsenten henkilöasiakirjat. Venäjän valtion sosiaalipoliittisen historian arkisto RGASPI, Fondi 495. Kansallisarkisto.

¹⁰⁵Mikkolainen, Timo: Sosialistisen yhtenäispuolueen identiteetin jäljillä. Pro Gradu -tutkielma. Tampereen yliopisto 2014, 95. (<https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/95503/GRADU-1401887311.pdf?sequence=1&isAllowed=y>)

Toimittaja- ja järjestötehtävien ohella Jaakkola kirjoitti useita romaaneja 1940-luvulla käyttäen myös nimimerkkejä.¹⁰⁶

Konelan johtajana ollessaan Lasse Jaakkola osallistui Työväen urheiluliiton toimintaan moottoriurheilujaoston puheenjohtajana.¹⁰⁷ Toimittajataustainen Jaakkola osoitti viestinnällistä näkemyksellisyyttä aloittaessaan Konelan uutisten julkaisemisen vuonna 1957. Ensimmäisen numeron pääkirjoituksessa Jaakkola esitteli uuden julkaisun, joka toimisi yhdyssiteenä ostavan yleisön, Konelan ja piirimyyjien välillä.¹⁰⁸ Kansainvälistäkin järjestökokemusta omannut Jaakkola poikkesi esimerkiksi Matti Huhdasta poliittiselta ja työtaustaltaan. Suomalaisneuvostoliittolaisen yrityksen johtoasemassa Jaakkola oli jatkuvasti tekemisissä neuvostoliittolaisten konelalaisten, diplomaattien ja autoteollisuuden edustajien kanssa. Hän menestyi tehtävässään kiitettävästi ainakin myytyjen autojen määrällä mitattuna.

Jaakkolan pääkirjoitukset jatkuivat Konelan Uutisissa vuoden 1960 kolmanteen numeroon. Seuraavasta numerosta alkaen hän ei enää esiintynyt Konelan Uutisten sivuilla eikä muussakaan Konelaan liittyvässä aineistossa. Tästä voidaan päätellä Jaakkolan siirtyneen muihin tehtäviin toimitusjohtajan paikalta. Kaupparekisteriin Jaakkolan nimenkirjoitusoikeus merkittiin lakanneeksi vuonna 1961. Konelan Uutisissa ei 1960-luvun alkuvuosina esiintynyt kuvissa tai teksteissä suomalaista toimitusjohtajaa. Sen sijaan pääjohtaja Savtshenko esiintyi roolissa, jollainen oli aiemmin Jaakkolalla. Tehtäviin kuului tapahtumissa esiintymisiä, avainten luovutuksia tärkeille asiakkaille sekä automarkkinoihin liittyvät kirjoitukset. Suomalaisista nimistä 1960-luvulla alkoivat nousta esiin Teuvo Rouvali sosiaalipäällikön roolissa sekä Leo R. Laine autojen tekniikkaan ja huoltoon liittyvillä kirjoituksillaan. Keskeisiä suomalaisia oli myös myyntipäällikkö Kalle Puustinen, joka johti myyntiosastoa Lauttasaareissa. Puustinen toimi matkanjohtajana piirimyyjien opintomatkalla Neuvostoliittoon. Ensin tutustuttiin

¹⁰⁶ Kirjasampo: Jaakkola, Lasse.

(https://www.kirjasampo.fi/fi/kulsa/kauno%253Aperson_123176058269848)

¹⁰⁷ Työväen urheiluliitto. Toimintakertomus vuodelta 1961. Helsinki 1962.

(<https://www.yumpu.com/fi/document/read/31689536/toimintakertomus-1961-urheilumuseo>)

¹⁰⁸ Konelan Uutiset 1/1957.

autotehtaisiin Moskovassa, sitten levättiin ja rentouduttiin Mustanmeren rannalla Sothsisissa.¹⁰⁹

Kalle Puustinen esiintyi Konelan Uutisten jutussa 1965 ensimmäisen kerran toimitusjohtajan tittelillä¹¹⁰, jonka hän oli saanut vuonna 1964.¹¹¹ Konela oli Jaakkolan jälkeen ilman toimitusjohtajaa siihen asti. Puustinen taustasta ennen Konelaa ei ole säilynyt tietoja, mutta hän oli todennäköisesti toiminut toisen maailmansodan jälkeen Sirola Yrjö Sirolan säätiön asiamiehenä, mikä olisi tyypillistä Konelan johtoon nousseelle henkilölle.¹¹² Vuoden 1966 toisessa numerossa Puustinen esiteltiin tekemässä samoja tehtäviä kuin Jaakkola oli aiemmin suorittanut: hän luovutti 75 000:nneen neuvostoliittolaisen auton, GAZ-53 A -kuorma-auton avaimet tamperelaiselle liikennöitsijälle.¹¹³ Puustisen pääkirjoitus Konelan Uutisissa joulukuussa 1967 analysoi kuluneen vuoden synkkien taloudellisten tapahtumien vaikutusta autokauppaan. Uusien autojen rekisteröinti laski yli kolmanneksella edellisvuoteen verrattuna. Tämä näkyi myös Konelan myyntiluvuissa. Puustinen valoi uskoa kirkkaampaan tulevaisuuteen luottaen valtiovallan talouspoliittiseen viisauteen ja Neuvostoliiton autoteollisuuden innovatiivisuuteen.¹¹⁴ Seuraavissa pääkirjoituksissaan hän pohdiskeli kansantalouden ongelmien ja työttömyyden aiheuttamia haasteita erityisesti Konelan asiakkaille, jotka olivat hänen mukaansa enimmäkseen pienituloisia palkansaajia.¹¹⁵ Kyläsen mukaan Puustinen jätti toimitusjohtajan tehtävän vuonna 1969, kun heikko automyynti teki hänen tilanteensa yhtiössä tukalaksi.¹¹⁶

¹⁰⁹ Konelan Uutiset 4/1960, 11.

¹¹⁰ Konelan Uutiset 1/1965, 12.

¹¹¹ Oy Konela Ab:n johtajat 1947-2001, 2. Mobilia.

¹¹² Viitanen, Reijo: Punainen aate, sininen vaate: Suomen demokraattinen nuorisoliitto 50 vuotta. Suomen demokraattinen nuorisoliitto. Helsinki 1994, 262.

¹¹³ Konelan Uutiset 2/1966, 14.

¹¹⁴ Konelan Uutiset 4/1967, 3.

¹¹⁵ Konelan Uutiset 4/1968, 3.

¹¹⁶ Reima Kylänen 21.3.2020.

Puustisen, kuten Jaakkolankaan toimitusjohtajaurasta, ei ole jäänyt jälkiä Konelan Uutisten ja Konelan arkistossa olevia kuvia lukuun ottamatta. Neuvostoliittolaiset pääjohtajat ”varastivat show:n” erityisesti 1960-luvulla. Albert Engibarovin isännöimästä, pääministeri Kosyginin vierailua esittelevästä mykkäfilmistä vuodelta 1966 tämä asetelma näkyi selkeästi: Engibarov vei energisesti Kosyginia ympäri Konelan pääkonttoria, mutta suomalaista toimitusjohtajaa ei ollut näkyvissä lainkaan. Vierailupäivän päätteeksi kamera tallensi kohtauksen, jossa konelalaiset olivat kerääntyneet tupakoimaan konttorin edustalle. Silloinen sosiaalipäällikkö Teuvo Rouvali tarjosi tulen ja helpottuneen näköinen Albert Engibarov vetäisi syvät hermosauhut raskaan esittelykierroksen päätteeksi.¹¹⁷

Pidettyä Albert Engibarovia Konelan pääjohtajana seurasi alkuvuodesta 1968 Victor Prasolov.¹¹⁸ Piskulovin mukaan Prasolov oli taitava talousosaaja. Hän pani alulle Raippoon maahantuontikeskuksen rakentamisen. Tämä tehosti autojen valmiiksi saattamista Suomen markkinoille.¹¹⁹ Pisimmän jakson pääjohtajana työskenteli F.F. Jarotski, joka aloitti tehtävässä Ladan päästyä nousukiitoon vuonna 1973. Hänen Konela-uransa jatkui vuoteen 1980 asti.¹²⁰ Konelan suomenkielisessä viestinnässä neuvostoliittolaisista johtajista käytettiin tyypillisesti etunimen sijaan pelkkää nimikirjainta.

Teuvo Rouvali nousi Konelan toimitusjohtajaksi vuonna 1970. Rouvali oli työskennellyt Konelassa vuodesta 1955 alkaen, aluksi henkilöstöpäällikkönä. Yhdessä Leo R. Laineen kanssa Rouvali kehitti Konelan toimintaa henkilöstöä vaihtamalla ja parantamalla korjaamopalveluita.¹²¹ Osastopäällikkönä 1960-luvun alussa Rouvali vastasi muun muassa Konelan kiertävien autonäyttelyiden järjestelyistä. Sosiaalipäällikön tehtävässä

¹¹⁷ Konelan vanhoja filmejä 6. Kosyginin vierailu Konelassa (mykkä). 1966. KA.
(<https://elka.darchive.fi/YKSA3/public/preview/143428381679500/YAM100300>)

¹¹⁸ Konelan Uutiset 1/1968, 10.

¹¹⁹ Piskulov, 50.

¹²⁰ Oy Konela Ab:n johtajat 1947-2001.

¹²¹ Konela 50 vuotta, 23.

hän huolehti henkilöstöasioista ja toimi matkanjohtajana jälleenmyyjien Neuvostoliiton-matkoilla.¹²² Saatuaan monipuolisen ja pitkän kokemuksen Konelassa eri tehtävistä, oli hän luonteva valinta yhtiön toimitusjohtajaksi hallinnollisen johtajan paikalta.

Poliittiselta taustaltaan Rouvali oli vasemmistolainen. Hän oli opiskellut Sirola-opistossa ja kuului SKP:hen ja SKDL:ään. Ennen Konelaa Rouvali toimi toisen neuvostoliittolaisomisteisen yhtiön, Suomen Petrooli Oy:n palveluksessa.¹²³ Rouvalin muistokirjoitus Helsingin Sanomissa vuodelta 2001 ei asiaa mainitse, mutta hän istui kaksi vuotta rintamakarkuruudesta vankilassa ja toimi sodan jälkeen punaisen Valpon kuulustelijana. Suojelupoliisi seurasi häntä viidellä vuosikymmenellä. Mapin hän oli voinut alun perin saada valpolaisena, SKP-jäsenyydestään tai Sirola-opiston käymisestä.¹²⁴ Rouvalia koskevasta aineistosta on mahdotonta päätellä, oliko hän kallella jompaankumpaan SKP:n suuntauksista, mikä olisikin Konelan ylimmän johdon vetämän linjan mukaista. Rouvalin toimitusjohtaja-aikana Lada nousi Suomen suosituimpien henkilöautojen joukkoon. Matka nuoresta vasemmistoaktiivista suuren maahantuontiyhtiön johtoon sujui aatteellisesti tutuissa tunnelmissa. Rouvali institutionalisoi Konelan toteuttamaan Neuvostoliiton autoteollisuuden ja ulkomaankaupan sekä Suomen poliittisen eliitin tavoitteita. Tässä onnistuttiin kiitettävästi. Rouvali jäi eläkkeelle vuonna 1989 kauppaneuvoksena ja 186 680:n Suomessa rekisteröidyn Ladan maahantuojana.

Rouvalin seuraajana, Konelan viimeisenä toimitusjohtajana 1980- ja 90-luvuilla toiminut Reima Kylänen oli uuden sukupolven konelalainen, jolla ei oman kertomansa mukaan ollut ”punaista jäsenkirjaa.” Nuorena oikeustieteen opiskelijana Kylänen kunnostautui amerikkalaisen vastakulttuurin inspiroiman underground-kulttuurilehti Kastorin tekijänä. Työuransa alkuvuosina hän työskenteli asianajajana ja Konelassa vuosina 1970-2003. Kylänen korosti tapaamisessamme vuonna 2009 hänen työskentelyaikanaan vallinnutta

¹²² Konelan Uutiset 1/1961, 11.

¹²³ Kuorelahti, Elina: Rouvali, Teuvo. Suomen talouselämän vaikuttajat -verkkojulkaisu. Studia Biographica 8. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 2008– (viitattu 28.8.2019)

¹²⁴ Rentola, 144.

juridista järjestelmällisyyttä Konelassa.¹²⁵ Kaikki toiminta tehtiin Suomen lakien mukaisesti. Kenties Kyläsen ja Puputin kaltaiset nuoret lakimiehet tuotiin vanhojen ”punaisen Valpon” miesten tilalle varmistamaan Konelan toiminnan tasapainoinen jatkuvuus. Neuvostoliiton hajoamisen jälkeen hän neuvotteli uudet sopimukset italialaisten automerkkien edustuksesta Konelan tytäryhtiö Italkonille vuonna 1992. Myöhemmin Kylänen johti Konelan muutosta Delta-Autoksi vuonna 1997.

Esimerkkinä Konelan ylemmän keskijohdon ammattilaisesta tutustuin aineistoon Kai Kontturista, joka työskenteli Konelassa osastopäällikkönä ja toimi Konelan Eläkesäätiön hallituksen puheenjohtajana ainakin 1970-luvun alkupuolella.¹²⁶ Kontturi toimi jäsenenä myös Konelan ostamien autoliikkeiden hallituksissa, kuten Kouvolan Keskus Auto Oy:ssä Teuvo Rouvalin ja Reima Kyläsen kanssa 1960-70 -lukujen taitteessa.¹²⁷ Rouvalin lailla Kontturi oli opiskellut Sirola-opistossa, jonka jälkeen hän työskenteli SKP:n Vaasan piirin palveluksessa. Vuonna 1965 hän aloitti Konelassa tarkastajan tehtävässä. Kansan ääni -verkkolehden Kontturin 80-vuotisjuhlajutussa kerrotaan hänen ajautuneen ristiriitoihin Kansan Uutisten ympärille asemoituneiden kulttuuripiirien ja myöhemmin myös Aarne Saarisen kanssa. Konelassa Kontturi oli monessa mukana sekä liiketoiminnan parissa että henkilöstöasioissa. Konela-vakanssin jälkeen Kontturi toimi Teboilin, toisen suomalaisneuvostoliittolaisen yhtiön henkilöstöjohtajana.¹²⁸ Kuten Rouvalillekin, Konela tarjosi päällikkö- ja johtajatasoisen työpaikan Sirola-opiston käyneelle kommunistille. Kontturi menestyi tehtävässään.

Kontturi ja Rouvali olisivat varmasti menestyneet muissakin yrityksissä, mutta taustansa puolesta he eivät oletettavasti olisi kelvanneet kaikkiin yrityksiin. Toisaalta voidaan pohdiskella, oliko Konela tai Teboil juuri sellainen työpaikka, jossa vasemmistolaisesti ajatteleva henkilö motivoitui huippusuorituksiin. Neuvostoliittolainen omistaja oli osakeyhtiölain velvoittamana ensisijaisesti kiinnostunut Konelan liikevaihdosta ja -

¹²⁵ Reima Kyläsen haastattelut 2009 ja 2020.

¹²⁶ Konela Oy Ab:n Eläkesäätiö S.r.11591:2 Tilinpäätökset Liitteineen 1970-1976. Suomen Elinkeinoelämän Keskusarkistossa.

¹²⁷ Konelan arkisto. Tytäryhtiöitä Koskevat Asiakirjat 1973 – 1992.

¹²⁸ Kansan ääni -verkkolehti 6/12, 2012, 8. (<https://www.kansanaani.net/>)

liikevoitosta, minkä varmistamiseksi palkattiin oikeanlaisia työntekijöitä ja johtajia. Toiseksi voidaan arvella neuvostoliittolaisten pitäneen juuri paikallisia kommunisteja luotettavina länsimarkkinoiden valloituksen takuumiehinä. Kansainvälisen yrityksen johtotehtävissä toimiminen edellytti muutakin kuin myynti- ja talousosaamista. Kontturin ja Rouvalin voi olettaa tulleen toimeen Konelan Neuvostoliittolaisen pääjohtajan ja hänen esikuntansa kanssa. Piskulovin mukaan neuvostoliittolaiset eivät sekaantuneet Konelassa suomalaisten kommunistien keskinäisiin kiistoihin. Liiketoiminnan ja poliittisen asettaminen vastakkain analyysissä ei ole yksiulotteista, mutta liiketoiminta näyttää ajaneen Konelassa etusijalle ja poliittinen alistui liiketoimintaa tukeväksi henkilöstön motivaattoriksi.

Pekka Puputti toimi Konelan lakimiehenä vuodesta 1973 alkaen.¹²⁹ Hän työskenteli yhtiön hallituksen sihteerinä ja sai kertomansa mukaan hyvää oppia tulevalle uralleen autoalalla. Konelan hallitukseen kuului merkittäviä henkilöitä liike-elämästä ja politiikasta. Puputti kertoi tutustuneensa muun muassa Armas Puolimatkaan, joka yhtiöineen oli eräänlainen Konelan hovirakentaja.¹³⁰ Konelan hallituksen jäsenistä tutkimusaineistossani nousi esiin Rauma-Repolan pääjohtajana ja Suomalaisneuvostoliittolaisessa kauppakamarissa toiminut vuorineuvos Paavo Honkajuuri. Tunnettuja nimiä hallituksessa olivat 1960-luvulla muun muassa Koneen toimitusjohtaja Heikki H. Herlin ja KOP:lainen pankinjohtaja M.J.A. Paloheimo.¹³¹ 1970-luvun alussa Herlinin ja Paloheimon lisäksi mukana olivat Kulutusosuuskuntien Keskusliiton pääjohtaja Jorma Jalava, toimitusjohtaja Gustav Rosenlew ja

¹²⁹ Purkaamo Uutiset 3/2010. S.A.L. Ry. (http://www.autopurkamoliitto.fi/wp-content/uploads/2015/12/PU_3_2010_web.pdf)

¹³⁰ Puhelinkeskusteluni Konelan lakimiehenä toimineen Pekka Puputin kanssa 25.3.2009 avasi mielenkiintoisen näkökulman idänkauppaan. Puputti toimi Konelassa 1970-80-lvuilla. Hän kertoi Konelan venäläisen johdon vaatineen aina Suomen lakien kunnioittamista. Suomalainen lakimies oli yrityksessä tärkeässä tehtävässä. Puputin mukaan Konelan toiminta oli 1950-60-luvuilla poliittisesti värittyä ja 1970-luvulta asti tiukassa ammattimaisessa ohjauksessa. Mielenkiintoisena seikkana Puputti kertoi, että Konelassa oli töissä ennen 1970-lukua entisiä punaisen Valpon miehiä.

¹³¹ Kertomus Oy Konela Ab:n toiminnasta v:lta 1962, 2. 9.4.1963. Konelan arkistoaineistot. Mobilia.

Keskusosuusliike OTK:n pääjohtaja Eero Salovaara.¹³² Konela oli hallituksensa kautta verkostoitunut syvällä suomalaiseen teollisuuteen, vähittäiskauppaan ja finanssialalle. Näillä suhteilla oli käytännössä merkitystä yhtiön strategiaa suunniteltaessa ja symbolista merkitystä idänsuhteiden korkealla tasolla. Neuvostoliitto valitsi Suomeen sijoitetuille pääomilleen korkea-arvoiset ja osaavat puolustajat. ”Laulu 20 perheestä” -kappaleesta tutut ”Rosenlew” ja ”Honkajuuri” saattoivat aiheuttaa mutinoita korjaamohallin tupakkanurkkauksessa, mutta varmistivat omalta osaltaan töiden sujuvan jatkumisen.

Betty Peltonen oli Konelan työntekijöistä tunnetuin poliittinen toimija. Vuonna 1902 syntynyt Peltonen työskenteli aktiivisesti suomalaisessa kommunistisessa liikkeessä jo 1920-luvulla. Hän kuului niin sanottuun punaorpojen sukupolveen, jonka piiristä muodostui suomalaisen kommunismin kova ydin. Hän kirjoitti artikkeleita erilaisiin työväenliikkeen lehtiin. Kirjoituksissaan Peltonen käsitteli esimerkiksi naisten yhteiskunnallista osallistumista pitäen Neuvostoliittoa edelläkävijänä tällä saralla.¹³³ Peltosen ihmissuhteita ja elämää ”uuden kommunistisen naisihanteen”¹³⁴ mukaisesti seurannut etsivä keskuspoliisi piti häntä ”turmeltuneen seksuaalisen vapauden kannattajana.”¹³⁵ Puolue- ja järjestötoimintansa laittoman puolen vuoksi Peltonen istui poliittisena vankina vuosina 1925-26 sekä myöhemmin vuosina 1930-1932.¹³⁶ Vapauduttuaan vankilasta hän opiskeli 1930-luvulla Työväen Akatemiassa ja palasi hiljalleen poliittisen toiminnan pariin. Jatkosodan aikana Betty Peltonen piilotteli puolisonsa kanssa desantti Matti Långia ja joutui jälleen vangituksi. Rauhan tultua hän osallistui muun muassa kansandemokraattisen liikkeen toimintaan, työskenteli vuoteen

¹³²Kertomus Oy Konela Ab:n toiminnasta vuonna 1972, 3. 29.5.1973. Konelan arkistoaineistot. Mobilia.

¹³³ Katainen, Elina: Vapaus, tasa-arvo, toverillinen rakkaus: Perheen, kotitalouden ja avioliiton politisointi suomalaisessa kommunistisessa liikkeessä ennen vuotta 1930. Työväen historian ja perinteen tutkimuksen seura. Helsinki 2013.

¹³⁴ Katainen, Elina: Kommunistit ja 1920-luvun uusi nainen – Betty Peltosen tarina. Julkaisussa Väki Voimakas;11. Työväen tutkimuksen seura 1998.

(https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10224/4040/uusi_nainen1998.pdf?sequence=1)

¹³⁵ Katainen, 356.

¹³⁶ Katainen, 366-368.

1952 asti Suomi-Neuvostoliitto-Seurassa ¹³⁷ ja Konelassa vuodesta 1953 eläköitymiseensä asti vuonna 1967.¹³⁸ Tutkielmani näkökulmasta on mielenkiintoista, että hänen kaltaisensa vallankumouksellinen kommunisti sai pitkäaikaisen työpaikan kansainvälisestä autoalan yrityksestä. Konela vaikuttaa olleenkin hyvä työpaikka Neuvostoliiton ystäville. Peltosen elämästä kirjoittanut Kaarina Peltonen kuvailee hänen onnistuneensa saamaan töitä Konelasta jouduttuaan jättämään työnsä Suomi-Neuvostoliitto-seurassa. Peltosen rekrytoitumisesta ei ole tarkempia tietoja, mutta uusi työpaikka vaikuttaa tulleen oikeaan aikaan hänen kärsiessä asunto-ongelmista ja talousvaikeuksista. 52-vuotiaana hän aloitti työt Konelan konttoristina vastaten clearing-kauppaan liittyvien lisenssien ja rekisteröintien hallinnasta. Konelan henkilöstö- ja johtamisongelmat, joiden ratkomiseen muun muassa Laine ja Rouvali osallistuivat, osuivat myös Peltoseen ja hän katsoi saaneensa alemmaa palkkaa kuin työhaastattelussa oli luvattu. Lisäksi hän piti naisten ja miesten välisiä palkkaeroja epäoikeudenmukaisina, mistä hän monen muun aiheen lisäksi kirjelmöi Konelan pääjohtajalle. Alkuvuosien ongelmien jälkeen Peltonen työskenteli Konelassa pitkän uran ja siirtyi eläkkeelle vasta 70-vuotiaana. Konela-uransa aikana ja eläkkeellä Betty Peltonen jatkoi toimintaansa lukuisissa poliittisissa ja yleishyödyllisissä järjestöissä.¹³⁹

Konelalaiset harrastivat ja vaikuttivat luonnollisesti muussakin kuin vasemmistolaisessa tai työväenliikkeen liittyvässä toiminnassa. Esimerkiksi Konelassa teknikkona 1960-luvulla toiminut ja myöhemmin näkyvään rooliin tekniseksi johtajaksi noussut Leo R. Laine toimi puheenjohtajana Autojoukkojen killassa.¹⁴⁰ Liikunnan ja urheilun parissa konelalaiset ovat kisailleet erilaisissa seuroissa ja kilpailuissa kuten Helsingin maratonilla. Konela sponsoroi autourheilua TUL:n piirissä, mutta myös rallijoukkueita, jotka osallistuivat kilpailuihin Suomessa ja ulkomailla. Konelan varaosapääällikkö,

¹³⁷ Katainen, Elina: Betty Peltonen – uusi kommunistinen nainen?

(<http://www.ksl.fi/files/muisti/bettypel.htm>)

¹³⁸ Päätös eläkkeen myöntämisestä 29.12.1970. Konelan Eläkesäätiö. ELKA.

¹³⁹ Peltonen, Kaarina: Vei unelmat unohdus ja kylmä on rakkaus – Betty Maria Peltosen elämä. Kaarina Peltonen, Helsinki 2005. 179-184.

¹⁴⁰ Autojoukkojen Helsingin Kilta ry. Kuvia toiminnasta 2017. (<https://www.ajhk.fi/24>)

teknikko Tuure Vuori kunnostautui Volga-kuljettajana suunnistus- ja tarkkuusajossa sekä rallissa 1960-luvun alussa.¹⁴¹ Myöhemmin Vuori oli itse oikeutettuna kuskina nyrkkeilijä Olli Mäen kanssa Konelan järjestäessä kahden Jaltan testiajon Hammerfestista Jaltalle. Jalta-ajo sai runsaasti huomioita erityisesti neuvostoliittolaisissa tiedotusvälineissä.¹⁴² Autourheiluun osallistuminen edisti Konelan arvion mukaan nuorison tutustumista neuvostoliittolaisiin moottoriajoneuvoihin ja oli merkittävä markkinoinnillinen panostus.¹⁴³

Konelan Eläkesäätiö huolehti konelalaisten eläkkeistä ja tarjosi henkilöstöetuja, kuten mahdollisuuden vuokramökkien käyttöön konelalaisille. Vuonna 1960 rekisteröity eläkesäätiö oli niin sanottu AB-säätiö, joka tarjosi lakisääteisten eläkkeiden lisäksi vapaaehtoista eläketurvaa ehdot täyttävälle konelalaisille. Säätiö oli toiminnassa vuoteen 2000 asti.¹⁴⁴

Konelan henkilöstön kunnosta pidettiin huolta liikunnan parissa, jota organisoi Urheilutoimikunta. Kerholla oli säännöllistä harjoitus- ja kilpailutoimintaan eri lajeissa. Kullekin urheilulajille oli oma jaostonsa vastuuhenkilöineen. 1970-luvun alkupuolella aktiivisia liikuntatoiminnan parissa olleita konelalaisia olivat muun muassa puheenjohtajana toiminut Markus Mustakallio ja sihteerinä toiminut Tyyne Eloranta. Nimistä päätellen mukana urheilutoiminnassa oli myös neuvostoliittolaisia työntekijöitä erityisesti lentopalloilun ja jalkapalloilun parissa. Yritysten palloilusarjoihin osallistumisen lisäksi Konela tuki yrityksen sisäisten Kesäkisojen ja Hiihtokisojen järjestämistä. Kisat pidettiin yleensä Konelan huvilalla Medvästössä Kirkkonummella. Konelan tarjoaman linja-autokyydin lisäksi kisoihin hankittiin eväitä tarkan budjetin mukaisesti. Myös liikuntavälineiden hankintaa tuettiin yhtiön toimesta.¹⁴⁵ Työkyvyn- ja hyvinvoinnin lisäksi liikunnalliset aktiviteetit kohottivat yhteishenkeä henkilöstön

¹⁴¹ Konelan Uutiset 3/1961, 11.

¹⁴² Konelan Uutiset 1/1965, 10.

¹⁴³ Konelan Uutiset 1/1972, 12.

¹⁴⁴ Konelan eläkesäätiön arkisto. KA.

¹⁴⁵ Oy Konela Ab:in Urheilutoimikuntaa Koskevat Asiakirjat 1966 – 1999. Kansio 104. KA.

keskuudessa. Piirimyyjien tutustumismatkat Neuvostoliiton autotehtaille ja lomakohteisiin olivat kosteita, mutta myös urheilukilpailujen jälkeen tarjottiin henkilöstölle saunaolutta makkaran kyytipojaksi.¹⁴⁶

Konelan sisäisen henkilökuntaviestinnän välineenä toimi vuodesta 1973 alkaen Kauriin Merkeissä -lehti. Lehden päätoimittaja oli Kai Kontturi. Julkaisun tarkoituksena oli ”toimia koko yhtiön sisäisen tiedotustoiminnan käytännön toteuttajana.” Lehden toimitusneuvostossa olivat Kontturin lisäksi mukana Seppo Lappalainen, mainospäällikkö Unto Säilä, Tyyne Eloranta ja Erik Lindfors, joka toimi Konelassa pääluottamusmiehenä ja myöhemmin urallaan Metalliliiton liittosihteerinä.¹⁴⁷ Ulkoisesta viestinnästä 75 000 kappaleen levikillä vuonna 1973 vastanneen Konelan Uutisten rinnalle tarvittiin ensimmäisen numeron esittelykappaleen mukaan ”väärinkäsitysten mahdollisuuksia poistava ja keskinäistä luottamusta lujittava” julkaisu. Toisella sisäisellä julkaisulla, Suomi-Neuvostoliitto-Seuran Konelan osaston jäsentiedotteella oli puolestaan omaan rajattuun aihepiiriinsä liittyvä tiedostusrooli. Kauriin merkeissä -lehden toimitusneuvosto kehotti kaikkia konelalaisia osallistumaan ”Teidän lehtenne” tekemiseen.¹⁴⁸

Suomi-Neuvostoliitto-Seuran Konelan osasto oli aktiivinen vuonna 1953 perustettu henkilökuntakerho. Sen yhteisiä toiminnan muotoja olivat muun muassa lokakuun vallankumouksen vuosijuhla sekä YYA-sopimuksen 25-vuotisjuhlan viettäminen vuonna 1973. Balderin salissa pidetyn tilaisuuden juhlapuhujana oli Tiedonantajan päätoimittaja, tunnettu SKP:n vähemmistöläinen Urho Jokinen.¹⁴⁹ Osasto järjesti toimintavuosinaan paljon kulttuuritapahtumia, joissa esiintyi neuvostoliittolaisia artisteja kuten armeijan tanssiryhmä ja laulaja Alla Pugatsova. Yhdessä katsottiin myös neuvostoliittolaisia

¹⁴⁶ Oy Konela Ab:n henkilökunnan kesäkiat Medvästössä 12.6.1971. Talousarvio. Oy Konela Ab:in Urheilutoimikuntaa Koskevat Asiakirjat 1966 – 1999. Kansio 104. KA

¹⁴⁷ Helsingin Sanomat: Metallin Erik Lindfors haluaa jatkaa liiton johdossa. 16.2.2000.
(<https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000003863075.html>)

¹⁴⁸ Kauriin Merkeissä – Oy Konela Ab:n henkilökuntalehti, 1/1973.

¹⁴⁹ Konelan arkisto. Suomi-neuvostoliitto-seura Konelan Osastoa Koskevat Valokuvat. Elinkeinoelämän Keskusarkisto.

elokuvia. SNS:n Konelan osaston toiminta sointui hyvin valtion korkeimman johdon ylläpitämään ystävyysspolitiikkaan: valtion poliittinen eliitti vietti samoja juhlia Neuvostoliiton suurlähetystön vastaanotoilla. Toisaalta SNS:n kattojärjestö nautti valtion tukea ja sen jäseninä oli erilaisten poliittisten kantojen edustajia.

Vuonna 1973 Konelan henkilökunta vietti Lauttasaassa lokakuun vallankumouksen vuosijuhlaa. Pitopaikkana oli Poliisien maja. Suhtautuminen Neuvostoliittoon lienee lauhunut yleisemminkin, kun poliisien juhlatila vuokrattiin vallankumousta juhlineille konelalaisille.¹⁵⁰

Konela vaikuttaa pitäneen henkilöstön hyvinvoinnista ja työkyvystä hyvää huolta. Sosiaalipääällikkönä Konelassa vuonna 1962 toiminut Teuvo Rouvali kirjoittikin yhtiön henkilöstöpolitiikasta lukuisine työsuhde-etuineen Konelan Uutisiin: eläketurva, työterveyshuolto, koulutukset ja erilaiset harrastusmahdollisuudet turvasivat Konelalle ammattitaitoisen henkilökunnan, joka kykeni palvelemaan asiakkaita mahdollisimman hyvin.¹⁵¹ Käsittelmästäni aineistosta välittyy kuva, että Konelassa viihdyttiin. Työläisistä huolehtimisen voi arvioida johtuneen neuvostoliittolaisesta omistuksesta ja että Konela halusi profiloitua hyvänä työpaikkana suomalaisille työläisille. Ristiriita liiketoiminnan ja poliittisen ideologian välillä saattoi olla läsnä, mutta kenties suomalaiset kommunistit työskentelivät mieluummin neuvostoliittolaisen kuin läntisen pääoman kasvattamiseksi. Konelan henkilöstön poliittisuutta ei pidä yliarvioida, sillä kuten Reima Kylänen minulle kertoi, oli keskimääräisellä suomalaisella tehtaalla yhtä monella kommunistien jäsenkirja kuin Konelan huoltokorjaamossa työskentelevillä.¹⁵² Mielenkiintoista onkin pohtia johtoasemissa liiketoiminnallisten tehtävien parissa työskennelleiden poliittisia taustoja. Miten Konelan johtajien lämmin Neuvostoliittosuhte erosi suomalaisen poliittisen eliitin ja ”punaisten vuorineuvosten” idänsuhteesta? Neuvostoliitto oli molemmille tärkeä taloudellisesti, mutta konelalaisille kenties kiinnostavampi poliittisena, tavoiteltavana järjestelmänä, mutta myös hyvän työpaikan mahdollistajana. Jos Konelan työläisten keskuudessa olisi haudottu vallankumousta,

¹⁵⁰ Kauriin merkeissä. Oy Konela Ab:n henkilökuntalehti, 1/1973.

¹⁵¹ Konelan Uutiset 2/1962, 22-23.

¹⁵² Reima Kyläsen haastattelu 20.11.2009.

omaa tuotantoyksikköä tuskin olisi otettu haltuun mahdollisuuden tullessa, sillä kuuluihan se tavallaan jo työläisille Neuvostoliiton valtio-omistajuuden kautta.

Konelan henkilöstöä koskevista materiaaleistani nousee esiin SKP:n vähemmistöön liittyviä nimiä ja yhteistyötahoja, mutta varmasti muutkin vasemmistolaiset suuntaukset olivat edustettuna henkilöstön keskuudessa. Laajempaan selvitykseen konelalaisten suuntautumisesta vasemmistolaisella kentällä ei graduprosessini aikana ollut mahdollisuuksia. Tiedossa ei ole, että punainen puoluekirja olisi ollut vaatimuksena työskentelylle Konelassa, mutta patamustalle oikeistolaiselle Konela olisi todennäköisesti ollut ahdistava työpaikka vallankumousjuhlineen ja Neuvostoliiton teknisen ylivoimaisuuden kertomuksineen.

Neuvostoliiton kapitalistisuuden näkökulmasta katsottuna näkyvimmit suomalaiset kommunistit Konelassa hyväksyivät Neuvostoliiton talouslinjan. Väitettä että Neuvostoliitto olisi valtiokapitalistinen tai jopa kapitalistinen järjestelmä, ei luultavasti olisi nieltä. Konela toimi valtionyhtiö Avtoexportin omistuksessa ja ohjauksessa noudattaen valtion asettamia toimintamalleja. Vuoden 1965 Kosygin-suunnitelmana tunnetun talousuudistuksen mukainen markkinavetoisuuden lisääminen tuki Konelan toimintaa sillä oletuksella, että suunnitelma tehosti neuvostoliittolaista autokehitystä ja -tuotantoa. Uudistuksella Neuvostoliitto lisäsi kysynnän ja tarjonnan mekanismin merkitystä talouden suunnittelussa. Erityistä huomiota kiinnitettiin tuottavuuteen ja arvonluontiin teollisessa toiminnassa. Neuvostoliiton aiempien taloussuunnitelmien epäonnistuminen, kiristyvät suhteet ja kilpailu Kiinan kanssa, hidastuva talouskasvu ja lientyneet länsisuhteet johtivat uuden suunnitelman laatimiseen. Kauppaa länsimaiden kanssa haluttiin kiihdyttää.¹⁵³ SKP:n vähemmistön keskuudessa Neuvostoliiton politiikka hyväksyttiin sellaisenaan eikä esimerkiksi trotskilaisuus tai maolaisuus nousseet haastamaan puolueen enemmistön tai vähemmistön valtavirta-ajattelua. 1960-luvun lopulla noussut vähemmistösuuntaus SKP:ssä näkyi myös Konelan työntekijöiden

¹⁵³ Kähönen, Aappo: Optimal planning, optimal economy, optimal life? The Kosygin reforms, 1965-72. Teoksessa "Competition in Socialist Society" toim. Katalin Miklóssy; Melanie Ilic. Routledge, Lontoo 2014. sivut 23-40.

keskuudessa, kun arvioidaan tilaisuuksien esiintyjiä ja muutaman tunnetun konelalaisen taustoja.

3 Konelan autojen kauppapaikat ja myynti

Konelan autot eivät käyneet onnistuneen markkinoinnin ansiosta itsestään kaupaksi, vaan tarvittiin lisäksi myös aktiivista myyntityötä, oikeita kauppapaikkoja ja toimivia rahoitusehtoja. Konelan jälleenmyyntiverkosto kattoi lähes koko Suomen. Konelan kilpailijoista esimerkiksi Helkama oli myynyt autoja jo 1920-luvulta asti. Ensimmäinen suurempi erä Skodia tuli maahan vuonna 1949. Helkamalla oli maanlaajuinen myyntiverkosto valmiina jo 1950-luvun alussa.¹⁵⁴ Myös perinteiset länsiautomerkit olivat levittäytyneet Suomen eri kolkkiin. Ford, Chevrolet, Chrysler, Volkswagen ja Opel olivat myydyimpiä merkkejä ennen toista maailmansotaa¹⁵⁵, mutta niihin nähden autotuonnin säännöstely antoi Konelalle etumatkaa sen aloittaessa automaahantuonnin vuonna 1947. Ford oli vuonna 1939 Suomen yleisin henkilöautomerkki¹⁵⁶ ja se säilytti asemansa myydyimpien autojen joukossa tutkielmani ajanjaksolla vuosina 1962-1974.

Autoliikkeitä ja huoltamopalveluita haluttiin tarjota siellä missä kysyntää oli. Konelan vaatimuksena oli, että jokaisen jälleenmyyjän alueella oli toimivat huolto- ja varaosapalvelut. Itsenäisten jälleenmyyjien tueksi perustettiin 1960-luvulta alkaen Konelan omia huoltokeskuksia. Näiden ympärille kehittyi tärkeimmillä paikkakunnilla Konelan autotaloja, joiden näyttävät liikerakennukset toteutettiin yhteistyössä neuvostoliittolaisten toimijoiden kanssa. Vuonna 1970 Konelan verkostoon kuului neljätoista tytäryhtiötä, 31 jälleenmyyjäliikettä ja 154 alimyynti- ja huoltoasemapistettä.¹⁵⁷ Konelan piirimyyjillä oli oma yhdistys, Konelan piirimyyjät ry.

Liikkeiden sijainnit kertovat Konelan liiketoimintastrategisista valinnoista. Haluttiin olla siellä missä asiakkaat olivat. Suuremmilla paikkakunnilla oli useampia liikkeitä, pienemmillä, erityisesti teollisuuspaikkakunnilla, oli yksi jälleenmyyjä. Konelan

¹⁵⁴ ”Skoda 60 vuotta Suomessa.” Helkama-Auto Oy, Helsinki 2007, 16.

¹⁵⁵ Levä, Kimmo (toim.): Kammella käyntiin – tieliikenne itsenäistä Suomea luomassa: Mobilia-vuosikirja 1992. Vehoniemen Automuseosäätiö, Kangasala 1992, 35-36.

¹⁵⁶ Moisala, Uuno E. Auto Suomessa. Autokaupan, käytön ja korjaamotoiminnan historia vuoteen 1983. Autoalan Keskusliitto Ry, Autotuoajat Ry 1983, 100.

¹⁵⁷ Konelan Uutiset 2/1970, 3.

ensimmäinen jälleenmyyjä vuonna 1949 oli P. Siltasen Autokorjaamo Oy Lahdessa.¹⁵⁸ Moni Konelan piirimyyjistä oli paikallisen osuusliikkeen omistama, kuten Kainuun osuusliike autokauppa, Osuusliike Keko Lohjalla, Pohjois-Karjalan Osuuskaupan Auto-PKO ja maanviljelijöiden Oy Labor Ab Pohjanmaalla.¹⁵⁹ Tämä osaltaan positioidi Konelaa työväestön suuntaan. Toisaalta osuusliikkeillä oli omaakin automaahantuontia ja ne myivät kilpailevia merkkejä, mikä tarkoitti, ettei Konela ollut automaattinen valinta autoliiketoiminnan kumppaniksi.

Uusien tilojen hankinta ja rakentaminen vaati aina yhteistyötä kaupunkien ja kuntien kanssa. Konelan arkistossa on säilynyt kirjeenvaihtoa ja hallinnollista dokumentaatiota viranomaisyhteistyöstä. Konela näytti saaneen liikkeensä haluamilleen paikoille, ja kunnatkin lienevät ottaneet investoinnit vastaan hyvillä mielin. Kuntapäätäjien kanssa käydystä kommunikaatiosta säilynyt aineisto on virallisuontoista, mutta mitä neuvotteluiden kulisseissa on tapahtunut, voidaan vain arvailla. Yhteistyö osuusliikkeen kanssa saattoi helpottaa asiointia paikallisviranomaisten kanssa. Ainakin Tampereella ja Kajaanissa osuuskaupan siivellä Konelan autot pääsivät keskeisille kauppapaikoille kaupunkien keskustoissa aikana, jolloin autoliikkeiden kannatti keskustoissa sijaita. 1970-luvulla kiihtynyt autotalojen rakentaminen ulosmenoväylien ja kehäteiden varsille muutti autokaupan kaupunkimaantieteellistä painopistettä.¹⁶⁰

Markkinoinnillisilla toimenpiteillä Konela tuki myyntiä maakunnissa, toisin kuin moni muu automaahantuoja. Konela järjesti vuosittain myynninedistämiskiertueita ympäri maata esitellen uusia automalleja ja jopa edustamiaan Belarus-traktoreita. Pisimmät pysähdykset pidettiin paikkakunnilla, joissa oli Konelan piirimyyjän toimipiste.¹⁶¹

Konelan jälleenmyyjävalintojen ja liikkeiden sijaintien voi arvioida liittyvän paikkakunnan poliittiseen ilmapiiriin. Jos Konelan autoja ostivat vasemmistolaisesti suuntautuneet asiakkaat, oliko liikkeiden sijainneilla ja omistuksella yhteyttä?

¹⁵⁸ Konela 50 Vuotta, 24.

¹⁵⁹ Konelan Uutiset 4/1967, 16 ja 1/1977, 22.

¹⁶⁰ Tytäryhtiöitä Koskevat Asiakirjat. Kansio 129. KA.

¹⁶¹ Konela 50 Vuotta, 26.

Tutkielmaani nostin kolme paikkakuntaa, joilla sijaitti yksi tai useampia Konelan tytäryhtiön tai piirimyyjän pyörittämiä myyntipisteitä.

3.1 Kemi

Kemin piirimyyjällä ja tytäryhtiöllä oli useana tilastointivuotena 1960-1970-luvuilla korkein myyntipiirikohtainen rekisteröintiosuus Suomessa. Konelan edustamat autot kävivät Kemissä hyvin kaupaksi. Kemin poliittista historiaa voi pitää punaisena: nopeasti teollistuneella paikkakunnalla kehittyi voimakas työväenliike, joka imi mukaansa maaseudulta muuttaneet työläiset. Kommunistit ja kansandemokraatit saivat erityisen vahvan aseman kemiläisessä työväenliikkeessä ja kunnallispolitiikassa.¹⁶² Kemin ykköspuolue tarkastelemanani ajanjaksona oli SKDL. Kemin kaupungin asukasluku laski vuoden 1960 28040:sta 27288:een vuonna 1970. Työttömyys kohosi 1968 Kemissä lähes kahdeksaan prosenttiin, mikä vaikutti autojen kysyntään. Kaupungin suurimpien teollisuusyritysten liikevaihdot kasvoivat jokaisena vuonna tarkastelemallani ajanjaksolla.¹⁶³

Kemin ensimmäisenä piirimyyjänä Konelan autoille toimi osuustoiminnallinen Perämeren Auto Oy. Se kuului vuonna 1964 yhdistyneeseen edistysmielisten osuusliikkeiden E-liikkeeseen.¹⁶⁴ Lapin E-osuuskauppaliikkeen ylivoimaisesti suurin edustajistoryhmä oli SKDL:llä.¹⁶⁵ Osuusliikkeen asiakasomistajat kohdistivat hankintojaan uskollisesti liikkeen yrityksiin ja autokauppa sai tästä osansa. Perämeren Auto meni konkurssiin 1960-luvun lopulla ja Helsingin Konela-myynti Oy vuokrasi sen liikerakennuksen vuonna 1970. E-liikettä koettelivat kaupan murroksen voimat, jotka johtivat osuuskuntien fuusioihin.

¹⁶² Kemppinen, Kauko: Niin perkeleen punainen – 100 vuotta työväenliikettä Kemissä. Pohjolan Sanomat Oy, Kemi 1987,

¹⁶³ Kemppinen, 402-405.

¹⁶⁴ Kallenautio, Jorma: Eka Suomessa: 128 osuusliikkeestä monialayhtymäksi.

¹⁶⁵ Suonoja, Kyösti: Kuluttajat rakentavat 3. E-osuuskauppaliikkeen kehitys 1952-1966. Helsingin yliopiston osuustoimintaopin laitos, Helsinki 1970, 271.

Konela-myynti sitoutui sopimuksella ottamaan Perämeren auton henkilöstön palvelukseensa työehtosopimuksen mukaisin ehdoin.¹⁶⁶ Muunlainen järjestely olisi punaisessa Kemissä saattanut aiheuttaa Konelalle ongelmia. Uudesta tytäryhtiöstä tuli Pohjolan Konela-Auto. Se vastasi 1970-luvun uutuuden, Ladan myynnistä. Samaan tytäryhtiöön yhdistettiin myös Rovaniemen Konela-liike, entinen Pohjoiskairan Auto Oy.¹⁶⁷ Pohjolan Konela-Auton johtaja Oiva Kokkola kertoi Konelan Uutisten jutussa yhtiön jatkavan neuvostoliittolaisten autojen menestyksestä kauppaa Lapissa. Luotettavan ja edullisen Eliten ostaja tuki Kokkolan mukaan myös idänkaupan kautta Suomen työllisyyttä.¹⁶⁸ Kemiä pidettiin tärkeänä paikkakuntana Konelalle, sillä omia tytäryhtiöitä ei perustettu kaikkiin automyyntin keskuksiin. Kemin Ajokseen perustettiin Konelan maahantuontikeskuskin, jonka kautta autoja vietiin myös muihin Pohjoismaihin.

Suotuisan poliittisen ilmapiirin lisäksi Konelan autot sopivat ominaisuuksiensa ansiosta hyvin Lapin teille. Sotienjälkeisen suotuisan talouskehityksen hedelmät eivät jakautuneet Suomessa tasaisesti ja pohjoisen asukkaiden tulotaso oli matala Etelä-Suomeen verrattuna. Konelan rahoitusmallit ja autojen edulliset hinnat vaikuttivat myynnin menestykseen.

Kemissä Konelan autojen kovimpia kilpailijoita olivat Fordin, Volkswagenin, Datsunin ja Toyotan pienemmät mallit. Ennen Ladan saapumista vuonna 1972 nämä merkit olivat useana vuotena Konelan merkkejä suosituimpia uusien autojen rekisteröinneissä. Konelan myyntipiirien keskinäisessä vertailussa Kemi piti kärkitilaa useimpina vuosina, mutta Ladan saavuttua markkinoille, sen johtoasemaa haastoivat muun muassa Kerava, Rovaniemi, Kajaani ja Tammisaari.¹⁶⁹

¹⁶⁶ Sopimus Kemin Osuuskauppa – Oy Konela Ab 12.1.1970. Kauppakirjat Ja Sopimukset Liitteineen 139. KA.

¹⁶⁷ Konelan Uutiset 1/1977, 22.

¹⁶⁸ Konelan Uutiset 3/1970, 6.

¹⁶⁹ Rekisteröintitilastot myyntipiireittäin 1968-1985. Kotelo 105. KA.

3.2 Helsinki

Helsinki oli tutkimani ajanjaksona Konelan suurin myyntipiiri autojen lukumäärällä mitattuna. Suomen suurimmalla talousalueella autojen kysyntä oli voimakkainta. Suuresta myyntimäärästään huolimatta Konelan markkinaosuus Helsingissä pysyi muuta Suomea matalampana. Helsingin poliittinen väri pysyi muita teollisuuskaupunkeja sinisempänä tutkielmani ajanjaksolla. Kokoomus säilytti asemansa suurimpana puolueena kaupunginvaltuustossa vuoteen 1972, jolloin SDP ohitti sen.

Poliittisena toimijana Konela esiintyi näkyvimmin Helsingissä. Tämä johtui muun muassa Helsingin keskeisyydestä politiikassa, idänkaupan päätöksenteossa ja Konelan pääkonttorin sijainnista Lauttasaareissa. Suomalaisten ja neuvostoliittolaisten poliitikkojen vierailut kohdistuivat useimmiten Helsingissä järjestettyihin tapahtumiin, kuten messuille ja tilaisuuksiin Konelalla Lauttasaareissa. Konelan myyntipisteiden sijainnillakin oli Helsingissä poliittinen ulottuvuutensa.

Tuontisäännöstelyn aikaan Moskvitsheja myytiin muun muassa Metro-Auton liikkeessä Mannerheimintieellä. Tämä oli länsiautojen kauppiaina toimineelle yritykselle keino pysyä hengissä, kun Fordeja ei saatu myytäväksi.¹⁷⁰ Itäautoja ostettiin ja myytiin, koska vain niitä oli saatavilla. Moni ostaja olisi valinnut toisin, mutta jälleenmyyjiäkään ei voinut olla liikaa, sillä tuontikiintiö oli itäautojenkin osalta rajoitettu.

Kuten automerkkien myyntiedustukset, ei huoltotoimintakaan ollut rajoittunut pelkästään itä- tai länsiautoihin. Konelan huoltokorjaamolle Lauttasaareissa kelpasivat asiakkaiksi kaikki merkit.

Konelan omat myyntipisteet Helsingissä 1960-luvulla sijaitsivat Simonkadulla Kampissa ja Aleksis Kiven kadulla Vallilassa. Simonkadun liike oli Raittiusliike Koiton talossa, jossa toimi useita SKP:tä ja SKDL:ää lähellä olevia järjestöjä.¹⁷¹ Koiton talo sijaitsi Helsingin ydinkeskustassa keskeisellä paikalla vilkkaiden ihmisvirtojen äärellä. Konela sai Koiton talosta hyvän myyntipaikan ja Koiton talo vuokratuloa. Suorasta

¹⁷⁰ Karusuo, 225.

¹⁷¹ Riihimäki, Reetta: Raittiusyhdistys Koitto – vuosisata kansansivistystä, Työväentutkimus 2001, 84 – 87. (http://www.tyovaenperinne.fi/tyovaentutkimus/2001/5_riihimaki.htm)

rahaliikenteestä Konelalta vasemmistolaisille yhdistyksille ei ole näyttöä, mutta esimerkiksi vuokratuloina ja markkinoinnin muodossa rahaa liikkui.

Konelalla oli myös liike Sturenkadulla Kalliolan opiston omistamassa rakennuksessa.¹⁷² Vastapäätä sijaitsi vuonna 1958 valmistunut Kulttuuritalo, helsinkiläinen musiikin ja kulttuurin keskus. Kenties Konelassa haluttiin sijoittua näkyvälle paikalle konserttikävijöitä ja kulttuuriväkeä ajatellen. Kulttuuritalo oli rakennettu talkoovoimin, sen omisti SKP:n omistama yhtiö ja myös SKP:n puoluetoimisto sijaitsi siellä. Leppäsen mukaan Konelasta liikkui rahaa SKP:lle: yhtiön voittoja tuloutettiin niin sanottuun B-kassaan. SKP:n talousasioista 1960-luvulla vastanneita yhdisti Konelan johtoon myös tausta Valpossa.¹⁷³ Leppäsen tieto rahaliikenteestä perustuu SKP:läisten haastatteluihin 1990-luvulla. Dokumentoitua tietoa aiheesta ei ole ja se sopiikin B-kassan hämäräperäiseen luonteeseen: se pidettiin normaalin, yhdistykseltä vaadittavan kirjanpidon ulkopuolella.

Kruununhaan puolella, Pitkäsillan kupeessa Unioninkatu 45:ssä Konelan autoja edusti Oma-auto Oy. Se oli Konelan ensimmäinen jälleenmyyjä Helsingissä. Liike sijaitsi perinteisellä yhteiskuntaluokkien asuinalueiden rajalla, jonka Pitkäsilta monien mielikuvissa määrittä. Kenties aamuisin Kallion suunnasta keskustaan vaeltavat työläiset olivat autoliikkeellä tähtäimessä. Oma-Auton toimitusjohtaja oli 1960-luvun alkupuolella Ola Miettinen. Miettisen vakioasiakkaisiin kuului lukuisia Volga-takseja isännöinyt autoilija Toivo Salo.¹⁷⁴ Oma-Auto laajensi Kruununhaan liiketilojaan elokuussa 1962. Se oli luottavainen itäautokaupan jatkumiseen tuontisäännöstelyn päättyessä.¹⁷⁵ Konelan Uutisille antamassa lausunnossa toimitusjohtaja Miettinen totesi tyytyväisenä havainneensa itäautojen osoittautuneen mainettaan laadukkaammiksi ja kuljettajiakin oli kaikista yhteiskuntaluokista tohtorista työmieheen.¹⁷⁶

¹⁷² Karusuo, 621.

¹⁷³ Leppänen, 168, 399.

¹⁷⁴ Konelan Uutiset 4/1962, 14.

¹⁷⁵ Konelan Uutiset 3/1962, 14.

¹⁷⁶ Konelan Uutiset 2 a/1960, 3.

Autoliikkeet sijaitsivatkin tyypillisesti keskustoissa ennen 1970-luvulla alkanutta siirtymää kaupunkien laiduille, kuten Konelakin teki perustaessaan uuden liikkeen Malmille.¹⁷⁷ Matkalla keskustasta kaupungin reunalle Konela-myynti perusti autoliikkeen Haagaan 1960-luvulla.¹⁷⁸

Ladan vakiinnutettua markkina-asemansa 1970-luvun puoliväliin mennessä, Konelan autojen myyjäksi ryhtyi myös perinteikäs länsiautojen myyjä, Nikolajeffin autoliike. Nikolajeffille Ladan tuominen valikoimaansa oli yritys nostaa tappiollista liiketoimintaansa.¹⁷⁹ Uudessa edustuksessa voisi nähdä myös muuttunutta suhtautumista Neuvostoliittoon: Lada oli vain auto autojen joukossa, ei enää leimallisesti itäauto. Nikolajeff tarjosi Ladan käteiskaupalla ostaneille kaupanpäällisiksi matkan Yhdysvaltoihin. Kuten Metro-Autolle 1960-luvulla, tarjosi Konelan edustama tuote kysytyn vaihtoehdon Nikolajeffin edustamille Opeleille ja kalliisti hinnoitelluille amerikkalaisille merkeille. Venäläistaustaisten 1910-luvulla Helsingissä aloittama autokauppa profiloitui vasta 1970 itäautojen kautta. Ystävyysspolitiikan ja muuttuneen Neuvostoliitto-kuvan ansiota uusi jälleenmyyntijärjestely tuntui aiempaa luonnollisemmalta.

Helsingissä Konela tuki TUL:oon kuulunutta Koiton Riennon lentopallojoukkuetta ja edustusjoukkueen nimeksi vaihtui Elite Moskvitshiin viitaten.¹⁸⁰ TUL:n moottoriurheilujaostolle jaetusta ”Konelan maljasta” kilpailtiin seurojen kesken auto- ja moottoriurheilussa.¹⁸¹

¹⁷⁷ Konelan Uutiset 1/1977, 14.

¹⁷⁸ Konelan Uutiset 1/1967, 11.

¹⁷⁹ Karusuo, 55.

¹⁸⁰ Suomen Urheilutietäjät ry: Helsingin lentopallon lyhyt oppimäärä (<http://www.sci.fi/~sut/joulu2012/lentop.html>) viitattu 2.9.2019.

¹⁸¹ Työväen urheiluliitto: Toimintakertomus 1971. (<https://yksa.disec.fi/Yksa4/download/152776265107700/file/5ce79be2-9bb0-4c6f-9231-406e16fb0c3f>) viitattu 2.9.2019.

3.3 Tampere

Tampereella myytiin Konelan autoja suhteellisesti eniten Suomen suurten kaupunkien myyntipiireistä. Kaikista Suomessa rekisteröidyistä uusista autoista Tampereen osuus oli toiseksi korkein Helsingin jälkeen. Se oli merkittävä autokaupan keskittymä. Pienten Volkswagenien, Fiatien ja Toyotojen rinnalla Moskvitsh Elite oli suosittu auto 1960-luvun viimeisinä vuosina.¹⁸² Rekisteröityjen henkilöautojen määrä kasvoi Tampereella vuoden 1960 7658:stä 28273:een vuonna 1970.¹⁸³ Vuosina 1968-1974 Konelan uusien henkilöautojen vuosittainen myynti eli rekisteröinnit lisääntyivät 395:stä 885:een Tampereen myyntipiirissä.¹⁸⁴

Tampereen kunnallispolitiikan suuntaa määrittivät sotienjälkeisinä vuosina vasemmistopuolueiden korkea yhteenlaskettu kannatus sekä sosiaalidemokraattien ja kokoomuksen yhteistyö, joka tunnettiin aseveliakselin nimellä. Tällä epävirallisella, mutta merkityksellisellä yhteistyöllä pyrittiin muun muassa patoamaan kommunistien vaikutusta kunnallispolitiikassa. Kommunistien valtaannousun vaaran laannuttua aseveliyhteistyö muodosti pohjan Tampereen kaupungin kehittämispolitiikalle.¹⁸⁵

Tampereella Konelan autoja edusti vuodesta 1956 alkaen Pentti Mäkisen johtama Auto-Piste Oy, jonka myymälä sijaitsi Rautatienkadulla. Autopiste kokeili tuontisäännöstelyn purkautumisen aikaan muitakin merkkejä, mutta palasi vuoden jälkeen Konelan autojen myyjäksi. Auto-Piste sai kunnian myydä 25.000:n ”Mossen” Suomessa vuonna 1962.¹⁸⁶ Vuodesta 1965 Konelan autoja edusti Tampereella myös Osuusliike Voiman Auto-Voima. Autoliike sijaitsi keskeisellä paikalla Voiman päätoimitalossa Aleksanterinkadulla.¹⁸⁷ Osuusliike Voima kuului edistysmieliseen E-osuusliikkeeseen.

¹⁸² Rekisteröintitilastot myyntipiireittäin 1968-1985. Kansio 105. KA.

¹⁸³ Rasila, Viljo: Tampereen historia IV. Tampereen kaupunki 1992, 265.

¹⁸⁴ Rekisteröintitilastot myyntipiireittäin 1968-1985. Kansio 105. KA.

¹⁸⁵ Rasila, 351-359.

¹⁸⁶ Konelan Uutiset 4/1960, 9.

¹⁸⁷ Konelan Uutiset 1/1964, 12.

Voima oli ennen toista maailmansotaa sosiaalidemokraattien johtama eikä esimerkiksi kommunisti Betty Peltosen toimintaa Voimaa lähellä olevissa työväen järjestöissä katsottu hyvällä.¹⁸⁸ Auto-Voiman valinta jälleenmyyjäksi Tampereella voidaan tulkita kunnallispolitiikan näkökulmasta viisaaksi liikkeeksi. Sosiaalidemokraattien hallitsema osuusliike yhdisti asiakkaita eri puolilta poliittista kenttää ja positioidi Konelan autot työväenliikkeen näkökulmasta oikealla tavalla.

Auto-Voima ja Autopiste perustivat toimintaansa tukemaan Tampereelle täyden palvelun autohuollon 1967.¹⁸⁹ Autopisteen ja Konelan sopimuksella vuonna 1967 ja kauppakirjalla 1968 Konela osti Autopisteen osakkeet ja vapautti toimitusjohtaja Pentti Mäkisen tehtävästään. Autopiste jatkoi kuitenkin toimintaa Mäkisen jälkeen Konelan tytäryhtiönä ja vuonna syntyi fuusion kautta Tampereen Konela-Auto Oy.¹⁹⁰ Auto-Voima lopetti jälleenmyyjänä 1960-luvun lopulla osuusliikkeen järjestellessä liiketoimintojaan uusiksi. Tampereen Konela-Auto avasi uuden autotalon Lakalaivaan 1980-luvulla.¹⁹¹

Tampereen kaupunki käytti Konelan edustamia autoja. Yli puolet Tampereen kaupungin sadasta henkilöautoista oli Ladoja 1970-luvun loppupuolella. Perusteluna alkuperäiselle Lada-hankinnalle kaupungin kuljetuspäällikkö Eero Lindholm kertoi, että Lada oli ylivoimaisesti edullisin auto luokassaan. Myöhemmin Lada osoittautui odotetun laatutason mukaiseksi ja niitä hankittiin lisää.¹⁹²

Tamperelainen Hankkijan palveluksessa Fiateja myynyt Rainer Mäkipää todisti Ladan ylivoimaa vuonna 1972: Fiat 124:ään pohjautuvia, mutta huomattavasti edullisempia neuvostoautoja lipui ”katkeamattomana virtana” Rautatienkatua Mäkipään palveleman liikkeen ohi. Itsekin työläistaustasta ponnistanut Mäkipää kertoi Konelan autojen olleen erityisesti työväenluokkaisten autonostajien suosiossa ja että Autopiste teki parhaansa

¹⁸⁸ Selin, Sakari: Kun valtiopetos oli isänmaallinen teko - Punainen Pohjois-Häme 1935-1944. Kansanrintamakauden toimintaa Tampereella. (<http://www.ksl.fi/files/muisti/sakari3.htm#13>)

¹⁸⁹ Konelan Uutiset 1/1967, 9 ja 13.

¹⁹⁰ Kauppakirja 13.11.1968. Piirimyyjiä koskevat aineistot 139. KA.

¹⁹¹ Aamulehti 22.10.1982, 1.

¹⁹² Konelan Uutiset 3/1978, 15.

heidän houkuttelemiseksi ostoksille. Mäkipää korosti henkilökohtaisten suhteiden ja myyntiosaamisen merkitystä tamperelaisessa autokaupassa. Tampereen ”Mr.Fiatina” tunnettu Mäkipää kertoi vuosien saatossa tavanneensa Konelan edustajia kuten Reima Kyläsen, joista hänellä oli pelkästään hyviä muistoja.¹⁹³

Konelan merkkien korkeimmat markkinaosuudet olivat Pohjois-Suomen piirimyyjillä. Poliittisen vakaumuksen lisäksi on syytä huomioda pohjoisen heikommat tieolosuhteet ja kuluttajien matalampi tulotaso. Etelän suurista kaupungeista korkein markkinaosuus oli Tampereella ja matalin Helsingissä. Helsingissä tosin myytiin määrällisesti eniten autoja useana tarkastelemanani vuotena.¹⁹⁴ Konelan keräämien rekisteröintitilastojen perusteella on mahdollista tarkastella myös kilpailevien automerkkien myyntiä. Nämä tilastot Konelan pääkonttori lähetti piirimyyjilleen.

¹⁹³ Puhelinkeskusteluni Rainer Mäkipään kanssa 23.3.2020.

¹⁹⁴ Rekisteröintitilastot myyntipiireittäin 1968-1985. Kansio 105. KA.

Taulukko 1: Konelan maahantuomien autojen rekisteröintitilasto tarkastelemiltani paikkakunnilta 1968-1974: Konelan autot, suluissa henkilöautot yhteensä myyntipiirissä ja markkinaosuus¹⁹⁵

Vuosi	Kemi	Tampere	Helsinki
1968 (1.1.-30.10.)	125 (784), Markkinaosuus: 16%	390 (3149), 12%	517 (9552), 5%
1969	161 (1675), 10%	457 (6162), 7%	639 (18136), 4%
1970	175 (2100), 8%	387 (6847), 6%	623 (18663), 3%
1971	202 (1864), 11%	338 (5299), 6%	499 (15917), 3%
1972	294 (2159), 14%	924 (7210), 13%	1558 (21005), 7%
1973	291 (2115), 14%	984 (7976), 12%	1743 (22103), 8%
1974	386 (2172), 18%	858 (6816), 13%	1461 (19613), 7%

¹⁹⁵ Rekisteröintitilastot myyntipiireittäin 1968-1985. KA.

4 Konelan markkinointi tuontisäännöstelyn päättyessä 1962

Konelan henkilöautojen markkinointi ja mainonta vuosien 1961 ja 1962 vaihteessa vastasi uuteen haasteeseen: autojen maahantuonti vapautui säännöstelystä ja Konela kilpaili vapautuneilla markkinoilla länsimaisten ja muiden kansainvälisten automerkkien kanssa. Suomen ja Neuvostoliiton suhteita kiristi vuoden 1961 noottikriisi.

Konela nautti suojattujen automarkkinoiden luomasta kysynnästä vuoteen 1962. Kun säännöstely aloitettiin sodan jälkeen, oli tarkoituksena Suomen ulkomaisen polttoaineriippuvuuden vähentäminen. Sotakorvausten päätyttyä säännöstely jatkui muun muassa valuuttapulan vuoksi. Autotuonti Neuvostoliitosta perustui tavaravaihdolle. Tuontilisensointiin tehtiin lievennyksiä jo ennen vuotta 1962, mutta henkilöautoverotuksen muutos ja tuontikiintiöiden vapauttaminen 13.7.1962 paransivat henkilöautojen saatavuutta. Henkilöautokanta lähti voimakkaaseen kasvuun.¹⁹⁶ Konela vastasi uuteen tilanteeseen ja kiristyneeseen kilpailuun muun muassa markkinoinnin keinoilla. Tutustuin Konelan edustamien merkkien mainontaan autoilun erikoislehdissä sekä maan suurimmassa sanomalehdessä, Helsingin Sanomissa. Mainoselokuvia Konelan merkeistä esitettiin televisiossa ja elokuvien yhteydessä.

Karusuon mukaan Konela piti mainonnan tiukasti omissa käsissään 1950-60-luvuilla.¹⁹⁷ Neuvostoliitosta ei toimitettu Suomeen markkinointimateriaalia, vaan Konelan oma markkinointiosasto vastasi kaikesta tuotannosta. Tämä poikkesi monien kilpailevien merkkien toimintatavasta.¹⁹⁸ Konela ei myöskään Reima Kyläsen mukaan saanut Neuvostoliitosta valmista markkinointimateriaalia automainoksissa käytettäväksi.¹⁹⁹ Tutkimani aineistot osoittivat, että neuvostoliittolaista elävää kuvaa ja valokuvia käytettiin, mutta rajoitetusti.

¹⁹⁶ Humalamäki, 3.

¹⁹⁷ Karusuo, 614.

¹⁹⁸ Reima Kyläsen haastattelu 20.11.2009

¹⁹⁹ Reima Kyläsen haastattelu 20.11.2009

Tuotevalikoiman uudistukset esiteltiin suomalaisille muun muassa sanomalehtimainonnalla ja myynninedistämiskiertueilla. Tässä luvussa keskityn sanoma- ja aikakauslehtimainontaan.

Oman kysymyksenasetteluni kannalta Konelan mainonnan kohdentuminen on kiinnostavaa. 1960-luvun alun mainokset näyttävät tavoitelleen keskiluokkaisia perheitä. Mainonnan keskittäminen autolehtiin viittaa mieslukijoiden tavoitteluun. 1960-luvulla autojen enemmistön henkilöautojen hankintapäätöksiä tekivät todennäköisesti miehet.

Mainostettiin näissä 1960-luvun alun mainoksissa tuotetta vai brändiä? Selvää on, että Konela pyrki liittämään tietynlaisia mielikuvia Moskvitshiin ja Volgaan. Mainosten tekstien painopiste oli kuitenkin auton teknisissä ominaisuuksissa sekä hinnassa. Brändeinä tarkastelin yritys Konelaa myynti- ja huoltopalveluineen ja neuvostoliittolaisia automerkkejä. Kortin mukaan brändääminen oli 1960-luvulla uutta, mutta mainostettaville tuotteille pyrittiin antamaan monenlaisia merkityksiä.²⁰⁰

Mainonta kohdistettiin potentiaalisille kohderyhmille, joita Karusoon mukaan löytyi erityisesti maakunnista. Esittelykiertueilla oli mukana koko mallisto ja johtotähtenä uusin malli. Erityisesti kiertueet suuntautuivat seuduille, joissa ei ollut Konelan liikettä.²⁰¹

Konelan mainoksissa esiintyivät 1960-luvun alussa Moskvitsh- ja Volga-mallit. Vuonna 1959 Suomessa ensiesitelty Volga saavutti suosiota ammattiautoilijoiden keskuudessa Moskvitshin ollessa volyymimalli.²⁰² Helmikuussa 1961 Konela mainosti Helsingin Sanomissa 25 000:n myydyn ”Mossen” kunniaksi.²⁰³ Suuren lukumäärän esittämisen toivottiin osoittavan, että Moskvitshiin luotettiin. Myyntimäärissä Volga ylsi korkeimmillaan vuonna 1961 1336:een kappaleeseen. Volga oli 1960-luvun alussa Suomen suosituin taksimalli. Ja ajoipa sellaista SKP:n pääsihteeri Ville Pessikin.²⁰⁴

²⁰⁰ Koritti, 2.

²⁰¹ Karusuo, 619.

²⁰² Konela 50 Vuotta –juhlajulkaisu. Oy Konela Ab, Helsinki,

²⁰³ Helsingin Sanomat 3.2.1961, 21.

²⁰⁴ Rentola, Kimmo: ”Supo, kommunistit, KGB” teoksessa ”Isänmaan puolesta – Suojelupoliisi 50 vuotta.”

Samana vuonna Moskvitshia myytiin 5944 ja seuraavana vuonna 6019 kappaletta.²⁰⁵ Moskvitshin sedan-malli 407 maksoi 545.000 markkaa vuoden 1962 helmikuussa. Volgan hinta samaan aikaan oli 870.500 markkaa.

4.1 Konelan lehtimainokset 1960-luvun alussa

Konelan oma kolmasosasisivun kokoinen Moskvitsh-mainos Helsingin Sanomissa 13.2. esitteli vuoden 1962 uudistuksia, jotka olivat sekä esteettisiä että teknisiä. ”Meillä on jo Moskvitsh – entä Teillä?” kysyi mainoksen iskulause. Tällä viitattiin auton suosioon Suomessa. Mainoksen kuvallinen kieli kertoi Moskvitshin olevan perheauto. Isä nojasi auton oveen, äiti nojasi hellästi isään ja perheen nuori poika istui etupenkillä. Perhe oli nuori ja työväen- tai keskiluokkainen. Autoon pakattavista laukuista voisi päätellä, että oltiin lähdössä normaalia pidemmälle matkalle. Perheen pukeutumistyyli viittasi kaupunkilaisuuteen. Tässäkin tapauksessa Konelan mainos oli kansanomainen ja maanläheinen. Siitä välittyi tietynlaista lämpöä ja sanoma, jonka mukaan melkein kuka tahansa voi omistaa ”Mossen.” Auton teknisistä ominaisuuksistakin kerrottiin, mutta teholumien sijaan esiteltiin käyttömukavuutta parantavia yksityiskohtia. Kohderyhmäksi voisi arvella nuoret ja keskiluokkaiset perheenisät, joilla oli mahdollisuus auton hankkimiseen mutta rajallinen budjetti. Auton hankinta oli joka tapauksessa kallista suomalaiselle kuluttajalle 1960-luvun alkupuolella.

²⁰⁵ Konela 50 Vuotta, 11.

Meillä on jo Moskvitsh - entä Teillä?

MOSKVITSH 407

Tämän vuoden Moskvitshit ovat saapuneet

Tämän vuoden Moskvitsh on entistä kauniimpi. Sen värivalkoisuus on uusittu. Myös teknillisiä ominaisuuksia on parannettu, mm. vetopyörävälitystä on muutettu. Moskvitshissa on tehokas nelitahtinen karaventtiilmamootori, neljä vaihdetta eteen ja peruutusvaihte. Auton kulkua on säätetty. Sen takana on hypoidivetojärjestelmä. Nelivetoisuus helpottaa auton nousua ja sielä pöytämuista. Etuistimet ovat säädettäviä ja ne voidaan kääntää myös vuoteiksi. Moskvitsh on tunnetusti luja, käytössä kestävä ja taloudellinen. Sen ajo-ominaisuudet ovat erinomaiset. — Tulostakaa Moskvitshin ja sen edullisiin maksuehtoihin. Muistakaa myös koko maan kattava huoltoverkosto.

Maahantuojat: Oy Konela Ab, Helsinki, puh. 673 134

PIIRIMYYJÄT: Helsinki, Oy Metro-Auto Ab, puh. 622 297, Oma-auto Oy, puh. 14 866, FORSSA, Forsman Autopistit Oy, puh. 11 015, HAMINA, Hamman Autoliike Oy, puh. 1020, HYVINKÄÄ, Hyvinkään Auto ja Kone, puh. 11 468, HÄMEENLINNA, Tolvan Auto, puh. 23 745, ISALAhti, Autopistit Oy, puh. 1118, MATKA, Karjalan Koneveima Oy, puh. 4173, JOENSUU, E. Salonen Oy, puh. 2991, JYVÄSKYLÄ, Siikman Auto Oy, puh. 17 311, KAJAANI, Kestauto, puh. 3001, KEMI, Perimäen Auto Oy, puh. 3380, KOKKOLA, Oy Auto-Haro Ab, puh. 2208, KOTKA, KK-Auto Oy, puh. 14 450, KOUVOLA, KK-Auto Oy, puh. 2981, KUOPIO, Pohjois-Savon Raatakauppa Oy, puh. 14 661, LAHTI, Siikman Autoliike, puh. 2991, LAPPEENRANTA, Karjalan Koneveima Oy, puh. 12 860, LOHJA, Osmusliike Koko, puh. 2222, MAARILAHAMINA, Fa Motor-Test, MIKKELI, Mikkelin Auto Oy, puh. 12 155, OULU, Oulun Tehoauto Oy, puh. 15 960, PIETARSALMI, Ab Haldin & Rose Oy, puh. 12 222, PORI, Siikman Auto- ja Urheiluliike Oy, puh. 11 631, PORVOO, Autoliike K. Paasanen, puh. 11 644, RAUMA, Siikman Auto- ja Urheiluliike Oy, puh. 12 860, ROVANIEMI, Pohjois-Savon Raatakauppa Oy, puh. 4131, SALO, Auto-Heinonen Oy, puh. 2444, SAVONLINNA, Mikkelin Auto Oy, puh. 2991, SEINÄJOKI, Pohjanmaan Varmaväunu, puh. 21 800, TAMPERE, Autopiste Oy, puh. 21 710, TURKU, Auto-Heinonen Oy, puh. 20 671, VAASA, Oy Kardan Ab, puh. 13 672, VARKAUS, Pohjois-Savon Raatakauppa Oy, puh. 2118, YLIVIESKA, Oy Auto-Haro Ab.

Konelan Moskvitsh-mainos Helsingin Sanomissa 13.2.1962.²⁰⁶

Kortin mukaan lifestyle-mainonta alkoi Suomessa 1960-luvulla. Tässä Konelan mainoksessa oli pääosassa itse tuote, mutta sille annettiin myös muuhun elämään kuin autoiluun liittyviä arvoja. Perhe oli tärkeässä roolissa eikä esimerkiksi auton urheilulliset ajo-ominaisuudet.

Helsingiläisten piirimyyjien Moskvitsh-mainoksiin verrattuna Konelan oma mainonta oli lähempänä mielikuva- ja lifestyle mainontaa. Mainostekstissä mainittiin edulliset hinnat, mutta tässä mainoksessa se ei ollut pääsanomana. Lisätietoja auton ominaisuuksista ja ”edullisista maksuehdoista” sai tämän mainoksen perusteella piirimyyjiltä ympäri maan. Myyntipisteet lueteltiin mainoksessa, joten mainos oli tarkoitettu valtakunnalliseksi. Helsingin Sanomat mainoskanavana tavoitti laajan osan suomalaisista, vaikka Kyläsen mukaan piirimyyjät valittivatkin, ettei esimerkiksi Kainuussa luettu pääkaupungin lehteä. Samaa mainosta voitiin toisaalta hyödyntää maakunnallisissakin julkaisuissa. Konelan

²⁰⁶ Helsingin Sanomat 13.2.1962, 22.

omissa mainoksissa oli mukana myös henkilöitä toisin kuin esimerkiksi joissakin Opel ja Fordin mainoksissa samana vuonna.

Poliittinen ulottuvuus ei tässä mainoksessa tullut esiin ilmeisellä tasolla, mutta auton neuvostoliittolaisuus oli potentiaalisten ostajien tiedossa. Valmistusmaata ei kerrottu, mutta sitä ei myöskään peitelty. Konelan mainoksissa korostettiin Moskvitshin sopivuutta juuri suomalaisiin olosuhteisiin. Moskvitsh 407 soveltui tavallisen pienen perheen ajoneuvoksi. Oletettavasti mainoksen kohderyhmä kuitenkin tiesi Moskvitshin neuvostoliittolaisen alkuperän. Neuvostoliittolaisuus ei Helsingin Sanomien muiden tuotteiden mainoksiin verrattuna vaikuta olleen esille tuotava myyntivaltti. Esimerkiksi suomalaisten televisioiden kotimaisuutta korostettiin ja amerikkalaisten autojen kotimaa haluttiin tuoda esille näkyvästi.²⁰⁷

Moskvitsh 407:ää mainostettiin HS:ssa neljäsosasisivun kokoisella mainoksella helmikuussa. Tässä mainoksessa oli edellistä Moskvitsh-mainosta enemmän informaatiota. Itse auton sisällä matkusti kaksi nuorta pariskuntaa, joista toisella oli pieni lapsi. Kuvassa oli taustalla neljä Moskvitshia, joissa niissäkin oli kyydissä perheitä. ”Sen suosio lyö kaikki ennätykset”, kuului mainosteksti. Myyntimenestyksen syiksi ei mainittu auton saatavuutta tuontisäännöstelyn aikana, vaan erinomaiset pohjolan olosuhteisiin suunnitellut ominaisuudet. 545 000,00 markan hintaista autoa. 200 000,00 markan käsirahalla sai Moskvitshin heti käyttöönsä ja maksuaika oli 18 kuukautta.

Konela esitteli maaliskuussa 1962 saman vuoden Volgan kolmasosa sivun kokoisella mainoksella. Mainos oli 9.3. HS:n taloussivuilla. Tästä voi päätellä, että Volgan kohderyhmänä oli Moskvitsh-asiakasta paremmin toimeentuleva perhe. Mainoskuvassa esiintyvä piirretty perhe olikin pukeutunut parhaimpiinsa. Perheen vanhemmat olivat keski-ikäisiä ja lapsia oli jo neljä. Kuljettajan paikalla istui perheen isä. Volga-mainoksen perhe oli Moskvitsh-perhettä suurempi – Volga olikin rekisteröity kuudelle matkustajalle.²⁰⁸

207 Helsingin Sanomat 13.2.1961, 22.

208 Helsingin Sanomat 9.3.1962

tämän vuoden **VOLGA** Volga on saapunut

Vuoden 1962 Volga on nyt saapunut. Volgan tilava ja tyylikäs kuuden hengen kori on tehokkaasti rusteudutettu. Sen uudelleen muotoiltu etuistuin on entistä mukavampi. Voitte valita joko aistikkaita keinojenkoverhoilun tai kangasverhoilun. Saatavana myös ilman radiota. Tehokas 75 hv:n moottori antaa Volgalle 130 km:n huippunopeuden. Uudet kaksois- teleskooppi-akunvalvaintimet, jotka ovat edessä ja takana, riittävän suuri rengaskoko sekä suuri maavara tekevät ajon miellyttäväksi vaikkeikin teillä. Rakenne on suunniteltu siten, että huoltaminen on helppoa. Huoltoverkostomme käsittää koko maan. — Ajakaa Tekin Volgalla. Uusi Volga voittaa uusia ystäviä. Tutustukaa vuoden 1962 Volgaan, sen ominaisuuksiin ja maksuehtoihin, lähimmän jälleenmyyjämme luona.

Maahantuojat: Oy Konela Ab, Heikkiläntie 5, Lauttasaari, puhelin 673 184

Volga-mainos Helsingin Sanomissa 9.3.1962.²⁰⁹

Volga-mainoksessa oli Moskvitsh-mainosta vähemmän tekstiä. Kuva kiiltävästä autosta veti osakseen suurimman huomion. Tekniset ominaisuudet ja auton suorituskyky tuotiin esille. 75 hevosvoiman moottori ja 130 kilometrin huippunopeus olivatkin jo mainitsemisen arvoiset lukemat. Auton varustukseen saattoi itse vaikuttaa. Konelan huoltokorjaamoilla voitiin tehdä muutoksia Suomen markkinoiden tarpeisiin.

Volga-mainoksen auto oli paljon muutakin kuin tilava ja tehokas kulkuväline. Siinä mahdollisesti ylempään keskiluokkaan kuuluva perhe taittoi sujuvasti matkaa, mutta se kelpasi myös edustavaan työkäyttöön. Sama viesti välittyi myös Volgan helsinkiläisten jälleenmyyjien mainoksista. Mainoksen autovalokuva oli käsitelty piirroskuvan kaltaiseksi. Tällä Volgaa koetettiin ehkä tehdä helpommin lähestyttäväksi juuri perheille. Iso Volga kiiltävine kylkineen vastasi vapautuvien automarkkinoiden haasteisiin tarjoamalla edullisen vaihtoehdon kookkaiden perheautojen kategoriaan.

Politiikkaa Suomi-Neuvostoliitto-suhteen näkökulmasta ei tästäkään mainoksesta löytynyt ilmeisellä tasolla. Konelan oma markkinointiosasto pyrki antamaan tuotteista

²⁰⁹ Helsingin Sanomat 9.3.1962, 28.

suomalaiseen makuun sopivan kuvan. Volga ei ollut ensisijaisesti neuvostoliittolainen tuote, vaan Suomen teille soveltuva tehokas ja tilava auto.

Volgaa mainostettiin HS:ssa 21.3.1962 puolen sivun kokoisella mainoksella taloussivuilla. Tässä mainoksessa oli sama kuva autosta ja kuuden hengen perheestä. Uuden auton hinta 870 500,00 markkaa tuodaan esille suurin kirjaimin. Edulliset maksuehdot ja auton välitön saatavuus olivat myyntivaltteja mainoksen tekstissä. Konelan joustavat maksuehdot mahdollistivat auton hankinnan 300 000,00 markan käsirahalla ja 18 kuukauden maksuajalla.²¹⁰ Joustavat maksuehdot olivat mahdollisia osaltaan bilateraalisien kaupan tavaravaihdollisen luonteen vuoksi: Konelan ei pitänyt kilpailijoidensa tavoin maksaa ennakolta käteistä rahaa autovalmistajille pankkitakauksina.²¹¹

Toisin kuin joidenkin länsiautojen mainoksissa, Konela ei korostanut vuoden 1962 mainonnassaan autojensa neuvostoliittolaisuutta. Esimerkiksi Chrysleriä mainostettiin HS:ssa amerikkalaisuudella ja Saabia ”ruotsalaisena laatuautona.”

Konela näyttäisi mainostaneen aktiivisimmin HS:ssa tammi-maaliskuussa, jolloin vuoden 1962 Moskvitshit ja Volgat olivat saapuneet maahan. Ne piti saada myydyiksi. Huhtikuun 17. ja 20. HS:ssa julkaistu Konelan oma Moskvitsh-mainos keskittyi alkuvuoden mainoksia enemmän teknisiin yksityiskohtiin. Pääosassa mainoskuvassa oli kuitenkin piirretty kuva autosta, jota isoisa, isoäiti ja lapsenlapsi pakkasivat matkalle lähtöä varten. Mainosteksteissä korostettiin Moskvitshin suomaa matkustamisen vapautta. Mainoksen esittämät henkilöt viestivät jälleen auton soveltuvuutta perheiden käyttöön. Mainosteksti kertoi, että ”jo yli 30.000 Moskvitsh-perhettä Suomessa.” Kenties Konela esitti ”Mossen” sopivan isovanhempien mökkeilyautoksi. Vaikka ansiotaso laskisi eläkkeelle siirryttäessä, oli Moskvitsh edullisena auton mahdollinen hankinta.²¹²

Toukokuun 1962 alkupäivinä Konela ei mainostanut Helsingin Sanomissa, mutta 11.5. painettiin lehteen ilmoitus ”Oy Konela Ab – 15 vuotta Suomen autokannan hyväksi –

²¹⁰ Helsingin Sanomat 21.3.1962, 28.

²¹¹ Reima Kylänen 21.3.2020

²¹² Helsingin Sanomat 17.5., 20 ja 20.5.1962, 21.

juhlanäyttelystä. Juhlanäyttelyssä oli esillä yhtiön ajoneuvovalikoima sekä oheisohjelmaa. Huomio kiinnittyi sanomaan ”Konelan työstä Suomen autokannan hyväksi.” Yhtiö oli heikon saatavuudenkin aikoina pystynyt toimittamaan ajoneuvoja Suomeen ja saanut lukuisia uskollisia käyttäjiä. Muun muassa tällä sanomalla Konela pyrki puolustamaan asemaansa kiristävässä kilpailussa.²¹³

Toukokuun 29. julkaistu Volga-mainos ilmoitti uuden autoerän saapumisesta taloussivujen lukijoille. Mainostekstin mukaan odotettua suuremman kysynnän vuoksi varastot olivat päässeet loppumaan, mutta nyt saatiin uusi erä maahan.²¹⁴ Konela myi autoja sitä mukaa kun niitä saatiin maahan ja asiakkaat saattoivat tehdä ennakkovarauksia. Kovan kysynnän tuominen esille oli tehokas keino lisätä kiinnostusta tuotetta kohtaan. Mitä harvinaisempi tuote, sitä halutumpi se oli.

Heinäkuussa 1962 autotuontisäännöstelyn loppuessa länsiautojen mainostajat valtasivat tilaa Helsingin Sanomissa. Esimerkiksi Chrysler Simcan suuressa mainoksessa kerrottiin autojen saatavuuden parantuneen eduskunnan hyväksyttyä hallituksen tuontisäännöstelyn lieventämistä koskevan esityksen.²¹⁵ Uudistusta seuranneina viikkoina Konela jätti tuotteidensa mainostamisen piirimyyjiensä harteille. Kenties yhtiön markkinointiosastolla vetäydyttiin loman viettoon.

1962 heinä-elokuussa järjestettyjen Helsingin kansainvälisten nuorisofestivaalien yhteydessä Konelan Moskvitshit osallistuivat ympäri maata kiertäneeseen kulkueeseen.²¹⁶ Volgia oli käytössä myös festivaalin aikana kuljetuksista vastanneilla talkoolaisilla.²¹⁷ Edistyksellisen nuorison toiminnan tukeminen sopi Konelan markkinointisuunnitelmiin. Toisaalta osa kansasta vastusti Moskova-mielisenä pidettyä tapahtumaa. Festivaalin avaruuspäivänä Juri Gagarinia Helsingissä kyydinneet

²¹³ Helsingin Sanomat 11.5.1962, 4.

²¹⁴ Helsingin Sanomat 29.5.1962, 37.

²¹⁵ Helsingin Sanomat 15.7.1962, 17.

²¹⁶ Viitanen, 344.

²¹⁷ Muisti: Kylmä sota Helsingissä -dokumenttielokuva. YLE TV1. Julkaistu 14.7.2017.
(https://www.youtube.com/watch?v=O6_gXmiYKvU)

Neuvosto-limusiinit esiintyivät Konelalle suotuisassa yhteydessä, olivat autot Konelan tai Neuvostoliiton lähetystön autotallista.

Kesällä 1962 Konela ei mainostanut Tekniikan Maailmassa eikä Yleisen autoliiton Auto-lehdessä. Tekniikan Maailmassa neuvostoliittolaisten ja muiden itäautojen saama palstatila oli muutenkin vähissä lukuun ottamatta Volgan käyttötestiä Auto-lehdessä. Itäautojen uusien mallien lanseeraustahti oli läntisiä kilpailijoita hitaampi. Konelan sanomalehtimainosten sisällöstä päätellen Moskvitsh ja Volga olivat suunnattuja erityisesti perheiden käyttöön. Tekniikan Maailmaa lukeva ”automies” ei välttämättä ollut otollista kohderyhmää, vaan valitsi alleen sillä hetkellä teknisesti edistyneemmän länsiauton.²¹⁸

Konelan markkinointi toimi vuonna 1962 korkeilla kierrosluvuilla. Ristiriitaisista odotuksista huolimatta Konelan myynti ei romahtanut vuonna 1962 tapahtuneen autotuonnin vapautuksen jälkeen, vaan päinvastoin, Konela teki uuden myyntiennätyksen.²¹⁹ Yhtiön liikevaihto kasvoi edellisestä vuodesta kuusitoista prosenttia ollen 4 735 500 736 markkaa, joka vastaa 107 000 000 euroa vuonna 2020.²²⁰ Nopea talouskasvu ja tuontirajoitusten purkaminen vuonna 1962 kasvattivat uusien autojen rekisteröintimäärää Suomessa 47 prosenttia edellisvuoteen verrattuna.²²¹

4.2 Konelan mainoselokuvat: Moskvitsh, Jalta, Volga ja Lada

Konelan mainososasto tilasi useita mainos- ja esittelyelokuvia autoista ja yhtiön toiminnasta 1950- ja -60 -luvuilla. Tuotannosta vastasivat mainoselokuvaan erikoistuneet yritykset. Mainoselokuvia esitettiin elokuvateattereissa elokuvien yhteydessä ja television yleistyessä mustavalkoisina, lyhyempinä versiona televisiossa. Konelan

²¹⁸ Tekniikan Maailma numerot 7-9/1962 ja Auto – Yleisen autoliiton jäsenlehti numerot 7-9/1962

²¹⁹ Konelan Uutiset 1/1972, 4.

²²⁰ Kertomus Oy Konela Ab:n toiminnasta v:lta 1962, 6.

²²¹ Ensirekisteröinnit 1956-2008. Tilastokeskus ja Suomen Tieyhdistys. Koonnut Autoalan Tiedotuskeskus.

tilaamat elokuvat tutkielmani vuosikymmenellä olivat mustavalkoisia ja värillisiä. Elokvateattereiden ja television lisäksi elokuvia tuotettiin myynnin ja markkinoinnin tarkoituksiin erilaisissa tilaisuuksissa.

Valitsin tutkielmaani tarkasteltavaksi 1960-luvun elokuvia, joissa esiteltiin Moskvitshin, Jaltan ja Volgan uusia malleja. Konelan arkistossa on Konelan tuottamien elokuvien lisäksi runsaasti neuvostoliittolaista, enimmäkseen Avtoexport-yhtymän tuottamaa filmimateriaalia. Suomalaisen ja neuvostoliittolaisen elokuvamateriaalin tärkeimpiin eroihin kuuluu, että neuvostoliittolaiset elokuvat olivat suunnattuja kansainväliselle yleisölle ja suomalaiset suomalaisille. Venäjäksiin esittelyfilmejä tehtiin, mutta tuskin kotimaisten asiakkaiden houkuttelemiseksi, sillä kilpailu Neuvostoliiton markkinoilla oli olematonta. Suomessa neuvostoautojen sen sijaan täytyi kilpailla läntisten, itäeurooppalaisten ja japanilaisten autojen kanssa.

Toimittajat Rauno Pankola ja Sulo Flinck kiersivät Suomen valtakunnanrajoja myötäillen 1960-luvun alussa Moskvitshilla. Dokumenttielokuvassa auto ei ollut pääosassa ja sen nimikin mainittiin filmissä vain kertaalleen. Konelan mainoksista tutut ominaisuudet kuten soveltuvuus heikkoihin tieolosuhteisiin korkean maavaran ansiosta antoivat autolle ansaittua mainosta. Vaakatasoon taittavat penkit mahdollistivat nukkumisen autossa. Auto veti kertojan mukaan hienosti 3300:n kilometrin matkan ja se sai laukata vapaasti.²²² Moskvitsh pääsi testiin kauniissa kansallismaisemissa heikkokuntoisilla teillä. Tuontisäännöstelyn päättymisen aikoihin kuluttajia oli hyvä muistuttaa Mossen kyvykkyydestä ja toimittajakaksikon matkaa kannatti sponsoroida.

”Perheelle ja matkatavaroille”, kuuluivat vuonna 1962 lanseeratun Moskvitsh Skandinavian mainoselokuvan alkusanat. Lyhyessä elokuvassa pääosassa ovat itse auto ja sillä matkustavat piirroshahmot sekä piippua poltteleva mies. Teknisiä ominaisuuksia ja suomalaisia tieolosuhteita käytettiin argumentteina edullisen hankintahinnan lisäksi.²²³ Toinen, puhtaasti teknisiin ominaisuuksiin keskittynyt lyhyempi mainoselokuva vuodelta

²²² Moskvitshilla Suomen ympäri -elokuva vuodelta 1961. KA.

²²³ Mainoselokuva. Moskvitsh Scandinavia -mainos. Avioltta vuodelta 1963. KA.

1962 esitti Moskvitsh-kuvaa studiosta. Tässä filmissä jämäkkä miesääni kehotti hankkimaan Moskvitshin sen lujuuden ja huokean hankintahinnan vuoksi.²²⁴

Jalta-pikkuautoa mainostettiin elokuvassa myös naisille sopivana autonä. Hyvien teknisten ominaisuuksiensa lisäksi Jalta esiteltiin edullisena vaihtoehtona perheautoksi. Hyvät hankintaehdot ja huoltopalveluiden kattavuus tuotiin esiin kuten muidenkin Konelan edustamien autojen kohdalla. Elokuvan lukijana oli naisääni, joka osaltaan korosti kohderyhmän valintaa. Konelan valikoimassa Jalta asettui omaan pikkuauto-kategoriaansa, jolle sopi pehmeämpien, vähemmän teknisten ominaisuuksien esiintuonti. Toisin kuin Suomeen sijoittuvissa Moskvitsh-filmeissä, Jalta-mainoksen kuvat oli kuvattu lämpimissä osissa Neuvostoliittoa, mahdollisesti juuri Jaltan seudulla Ukrainassa. Kenties tällaisen kuvakielen uskottiin vetoavan naiskohderyhmään, jolle Jaltaa kohdennettiin.²²⁵

Elite-esittelyelokuvassa vuodelta 1964 keskityttiin auton suorituskyvyn ja teknisten ominaisuuksien esittelyyn. Auto kiisi Helsingissä ja Suomen maaseudulla. Elokuvan kuvastossa ja tarinassa oli samoja elementtejä kuin Moskvitshin 1960-luvun lehtimainoksissa: sen sopivuutta Suomen olosuhteisiin ja erityisesti perheiden käyttöön korostettiin kuvauspaikoilla ja esiintyjillä. Eliteä myyvinä liikkeinä esiteltiin Konelan Helsingin-myyntipisteitä.²²⁶ ”Volga voittaa uusia ystäviä”, kertoi mieskertoja 1960-luvun puolivälin Volga-mainosfilmissä. Menestys kilpa-ajoissa haluttiin nostaa esiin kuten myös Volgan suuri koko ja sopivuus isolle perheelle sekä edustuskäyttöön. Volgan hankintahinta nostikin sen kilpailemaan keskihintaisten länsiautojen kanssa.²²⁷

Konelan päivä -esittelyfilmi vuodelta 1965 kertoi Konelan toiminnasta ja seurasi työpäivän kulkua Lauttasaaren pääkonttorilla sekä huoltamossa. Filmin ohjasi Valentin Vaala ja kertojana oli Pentti Fagerholm. Tilaus-toimitus -prosessin sujuvuutta

²²⁴ Konelan vanhoja filmejä 4 (esikatselu) Moskvitsh-mainos. Arviolta vuodelta 1962. KA.

²²⁵ Konelan vanhoja filmejä 4 (esikatselu) Jalta-mainos. Arviolta 1960-luvun puoliväli. KA.

²²⁶ Konelan vanhoja filmejä 4 Esittelyelokuva: ”Terästetty Elite (suomi) Moskvitsh Elite 1500 M esittely” Konela 1964 (arvio). KA.

²²⁷ Konelan vanhoja filmejä 4 (esikatselu) Volga-mainos. Konela 1962 (arvio). KA.

pääkonttorin ja jälleenmyyjien välillä esiteltiin. Miehet menivät aamulla töihin korjaamoon ja naiset konttorin puolelle. Elitensä huoltopalvelua odottava nainen käveli yläkerran kahvioon ja korjaamon mies seurasi häntä ihailevasti katseellaan pitkään. Nainen oli tässä filmissä kuitenkin aktiivisessa roolissa ja ajoi itse Eliteänsä. Konelan korjaamopalveluita esiteltiin moderneina ja tehokkaina, tulevaisuuden kasvavaan kapasiteettiin vastaavina. Tiivis yhteys Neuvostoliiton autoteollisuuteen lähti tässä dokumentissa pääjohtajan huoneesta. Autojen muokkaaminen läntisillä varaosilla, kuten Volgien varustaminen englantilaisilla diesel-moottoreilla nostettiin tässä filmissä esille positiivisessa valossa. Neuvostoliittolainen tuote ei välttämättä kelvannut sellaisenaan kapitalistisen maan markkinoille, vaan sitä piti toisinaan jatkokehittää kysynnän varmistamiseksi. Uusimman Moskvitsh-mallin ensimmäisen kappaleen sai tässä filmissä Konelaan puolisoineen vierailemaan tullut Sylvi Kekkonen.²²⁸ Hän ei autolla tietävästi itse ajanut, vaan se annettiin presidentin kanslian käyttöön.

Suomi-Filmi Oy tuotti lyhyen dokumenttielokuvan Konelan 20-vuotisjuhlanäyttelystä Helsingin Messuhallissa vuonna 1967. Tapahtuman mainonnassa jouduttiin turvautumaan sanomalehtien sijaan kadunvarsimainontaan ja mainosautoihin kirjapainoalan lakon vuoksi. Juhlaan saapui vieraaksi neuvostoliittolainen valtuuskunta sekä suomalaisia poliitikkoja ja elinkeinoelämän johtohenkilöitä. Hallituksen ministereistä olivat paikalla muun muassa Mauno Koivisto, Olavi Salonen ja Leo Suonpää. Pääjohtaja Albert Engibarov piti avajaispuheen ja kauppa- ja teollisuusministeri Salonen korosti juhlapuheessaan neuvostoliittolaisten autojen menestystä erityisesti siitä näkökulmasta, että myynti oli jatkanut kasvuaan tuontisäännöstelyn päätyttyä. Presidentti Kekkonen saapui tutustumaan näyttelyyn ja kävi huolellisesti läpi Moskvisthin, Volgan ja Belarus-traktoreiden uusimpia malleja. Vaikka Kekkonen tutustui erityisen tarkasti myös ZIL-edustusautoon²²⁹, ei hän sellaista ottanut presidenttinä käyttöönsä neuvostoliittolaisten tarjouksista huolimatta, vaan kulki Cadillacilla. Juhlapuheiden kaava oli tuttu: maiden välinen yhteistyö, Neuvostoliiton autoteollisuuden edistyksellisyys, autojen sopivuus Suomen teille ja Konelan kyvykkyys autojen

²²⁸ Konelan päivä -dokumenttifilmi. 1965. Suomi-Filmi Oy. (<https://elavamuisti.fi/aikajana/konelan-paiva>)

²²⁹ Autoilun parhaaksi (suomi) Konelan 20-vuotisjuhlanäyttely v.1967. KA.

myynnissä ja huollossa. Ystävyyspolitiikka manifestoitui näyttelyssä kaikilla tasoillaan, kun kuluttaja-asiakkaatkin pääsivät lopulta ihailemaan uutuusautoja valoisaan Messuhalliin.

Konelan täyttäessä 25 vuotta vuonna 1972 julkaistiin esittelyelokuva ”25 vuotta autoilun parhaaksi.” Juhlavuosi-aihetta käsiteltiin laajasti myös Konelan painotuotteissa. Konelan historia esiteltiin Moskvitshin ja Pobedan tuojasta ja autopulan helpottajasta modernin, integroidun automaahantuonnin, -myynnin ja huollon osajaksi. Ensimmäisissä kuvissa ohitettiin Ford talvisella maantiellä. Toisessa kamera-auton ohitti Elite. Ystävyyspolitiikan korkeimman tason ilmentymänä elokuvassa huomiottiin presidentti Kekkonen vierailut Konelan tilaisuuksiin ja pääministeri Kosyginin käynti Konelassa vuonna 1966. Taustamusiikki oli hieman vanhanaikaisen kuuloista swing-jazzia, mutta kuvamateriaali korosti toiminnan nykyaikaisuutta toimiston IBM-tietokoneineen ja tuliterine korjaamovälineineen. Elokuva vieraili Raipon maahantuontikeskuksessa, Lauttasaaren päämajassa ja myyntipaikoissa ympäri maan Kymenlaaksosta Pohjanmaalle ja Lappiin. Raipossa neuvostoautot huollettiin ja muokattiin Suomen olosuhteisiin sopiviksi.²³⁰

Vuoden 1973 esittelyelokuvassa esiteltiin suomalaisneuvostoliittolaisena yhteistyönä toteutettu Turun Konelan uusi toimitalo. Rakennuksessa käytettiin mm. neuvostoliittolaisia elementtejä ja rakennuskoneita. Rakentajina oli työntekijöistä molemmissa maista. Elokuvan tarinassa korostettiin Konelan myynnin kasvua, joka johtui sen mukaan neuvostoliittolaisten autojen soveltuvuudesta Suomen teille ja niitä palvelevasta modernista huoltoverkostosta. Toisaalta esille tuotiin myös Konelan tärkeys bilateraalisen tavaravaihdon kannalta. Liikkeen avajaistilaisuudessa oli paikalla turkulaisia arvovieraita ja maaherra piti puheen. Teuvo Rouvali ja neuvostoliittolaiset Konela-johtajat pitivät vieraista hyvää huolta.²³¹ Samanlaista rakennusyhteistyötä hyödynnettiin muissakin Konelan uusissa toimitaloissa.

²³⁰25 vuotta autoilun parhaaksi Konela Oy:n perustaminen, Raipon maahantuontikeskus, Lauttasaari, jälleenmyyjät. KA.

²³¹Yhteistyönä autoilun parhaaksi - Turun Konela-Auto Oy:n uusi toimitalo Rakentaminen, avajaiset v.1973, toimitalon esittely. KA.

Konelan tuottamien ja julkaisemien esittely- ja mainoselokuvien sisältö myötäili saman ajankohdan painetun mainosmateriaalin sisältöä ja kerrontaa. 1960-luvun alkupuolella elokuvissa keskityttiin autojen ominaisuuksiin ja korostettiin niiden sopivuutta Suomen haastaviin tieolosuhteisiin. Moskvitshin ja Volgan esiteltiin perheautoina. Ladan mainonnassa ja esittelyvideoissa oli siirrytty uudelle vuosikymmenelle ja Neuvostoliittoulottuvuus esitettiin uudella, kehittynyttä autoteollisuutta korostavalla tavalla. Konela tuntui saaneen Ladalla takaisin vahvan itseluottamuksen kerrontaansa: neuvostoliittolainen oli yhtä hyvä, ellei jo parempi, kuin saman hintaluokan länsiautot.

5 Konelan uusi toivo: Ladan lanseeraus 1971

1960-70-luvun taite oli Konelalle vaikeaa aikaa sen automyyntien laahatessa jäljessä henkilöautomarkkinan nopeasta kasvusta. Sen edustaman malliston kehitys ei pysynyt kilpailijoiden vauhdissa mukana. Elitellä ja Volgalla oli uskollisia kuljettajia, mutta Konela tarvitsi uutta myytävää. Autokauppaa koeteltiin myös lisäverojen muodossa vuonna 1971. Tietoja uuden automallin kehityksestä yhdessä italialaisten kanssa oli onneksi alkanut tihkua Togliattista Neuvostoliitosta vuonna 1969.²³² Vuoden 1971 syyskuussa lanseerattu Lada saapui Konelan kannalta sopivaan aikaan. Tuore toimitusjohtaja Teuvo Rouvali henkilökuntineen pääsi valloittamaan uusia kohderyhmiä poliittiselta asenneilmastoltaan vasemmalle siirtyneestä Suomesta.

Henkilöautoja Neuvostoliitossa valmistui vuonna 1962 166 000 ja vuonna 1974 1 119 000 kappaletta.²³³ Neuvostoliitossa 1965 käynnistetyssä talousuudistuksessa kiinnitettiin huomiota myyntiin ja kannattavuuteen. Autoteollisuutta modernisoitiin 1960-70 -luvuilla uusien tuotantotavoitteiden mukaisesti. Tuotannon määrän lisäksi aiempaa enemmän tuli kiinnittää huomiota laatuun, jotta tavaraa voitiin viedä ulkomaillekin ja kilpailla maailmanmarkkinoilla. Uudistuneen autoteollisuuden tuotteena esiteltiin ”Ziguli”, jota myytiin kansainvälisesti nimellä Lada.

5.1 Lada sanomalehtimainonnassa 1971

Ladan lanseerausvaiheessa syyskuussa 1971 Konela toteutti useissa lehdissä näkyneen mainoskampanjan.

Konelan autojen mainonta sanomalehtien automainoksissa vuoden 1971 ensimmäisinä kuukausina oli vähäistä 1960-luvun alkuun verrattuna. Käytettyjen autojen mainoslistauksissa saattoi olla yksittäisiä Moskvitsh Elitejä, mutta länsiautot ja japanilaiset hallitsivat mainosnäkyvyydellään. Elite 1500 M:n mainoksessa korostettiin

²³² Konelan Uutiset 1/1969, 12.

²³³ Cole, J.P.: ”Geography of The Soviet Union.” Butterworths 1984, 212.

tyylikkyyttä ja turvallisuutta. Mainoksen mannekiinina poseeraavan nuoren naisen haaveileva olemus ja vaatetyyli loivat kenties pehmeän vastakohdan mainoksen tekniselle ominaisuusluettelolle. Mainoksen antama mielikuva on lähempänä individualistista kuin kollektiivista ajatusta autoilusta. Elite oli hinnaltaan edullinen vaihtoehto saman kokoluokan japanilaisille kilpailijoille²³⁴ Vuoden 1970 myydyin automerkki oli Ford. Konelan omissa liikkeissä myytiin Eliten lisäksi myös käytettyjä länsiautoja. Tällaiseen markkina-asetelmaan Konela toi Ladan.

Ensimmäinen Lada-mainos julkaistiin Helsingin Sanomissa 9.9.1971. ”Laatuauton nimi on LADA”, kuului mainosslogani. Teknisten ominaisuuksien luettelo pyrki vakuuttamaan lukijan auton suorituskyvystä ja luotettavuudesta. Neuvostoliittoon tai edes italialaiseen Fiat-taustaan mainoksessa ei viitattu. Mielikuvia luomaan suurimpana elementtinä mainoksessa oli merenrannalla otettu kuva uudesta Ladasta vierellään muodikkaan huolettomasti pukeutunut nuori pari, joiden välillä oli romanttista kipinää. Lada oli kenties vienyt heidät merenrantaan ja minne kaikkialle se vielä heidät veisikin – ehkä juuri kuljettajan puolelle oveen nojailevan naisen kuljettamana. Meri-elementtiä käytettiin muissakin Konelan mainoksissa. Kenties tähän vaikutti pääkonttorin sijainti Lauttasaaressa, mutta myös mereen liittyvä symboliikka. Ladan myyntipisteinä HS:n mainoksessa mainittiin Konela-myynti Lauttasaaressa ja Sturenkatu 21:ssä. Uuden Ladan hinta 11300 markkaa ja pistevero, positioivat sen japanilaisten kilpailijoiden pienempien autojen luokkaan. Uusista länsiautoista vastaavalla hinnalla sai VW 1200:n eli Kuplavolkkarin. Ensimmäinen Lada-mainos oli HS:n kotimaansivuilla puolen sivun kokoisena eikä esimerkiksi urheiluosastolla, jossa valtaosa automainoksista vaikutti vuosikymmenen taitteessa olevan. Ilmoitussivujen auto-osiossa Lada-ilmoittelua jatkettiin pienemmillä mainoksilla esittelyajoista Konelan myymälöissä. Aukioloajat olivat ensiesittelyn aikoihin normaalia pidempiä, kello 19:00:ään asti.²³⁵

²³⁴ Helsingin Sanomat, 24.4.1971, 21.

²³⁵ Helsingin Sanomat, 9.9.1971, 13.



Nyt tuli Lada. Uusi laatuauto.
Laatu on ajanmukaisuutta. Lada on teknikan uuden se-
vityksen auto.
Lada tuo viihtyisyyttä, mukavuutta matkustukseen, ja pe-
kuipireleitä, saakka tarkka viimeistely ja monipuolinen
varustelu tekevät Ladasta laatuauton.
Luja Lada kestää. Lada tuo turvallisuutta, lämpöä talvi-
säätiin, pirttäsi moottorin surinaa pakkaussuun.
LADA: moottori 1198 cm³ – minimilehto 65 hv/SAE, nokka-
akseli sylinterikannessa, kamplaakelissa 5 runkolaakeria,
suljettu jäähdytysjärjestelmä, jarrujärjestelmä 2 pirtti,
pölynsuodatusventtiili ja eluopirissa levyjarrut. Vahva
1,3 kW:n käynnistysmoottori, kaasuttimen tyhjälähtöpi-
rin esilämmitys, 480 W:n vaihtovirtageneraattori. Helppo
huoltaa – öljynvaihto 10 000 km:n välein – pienet käyttö-
kustannukset.
Laatuauton nimi on Lada. Nyt laatuauto maksaa vain
11.300 mk + pistevero. Testaa luja Lada.

LAATUAUTON NIMI ON LADA

Tervetuloa Lada-esittelyyn SUNNUNTAINA 12.9. klo 12-15. Osoitteet:
Heikkiläntie 5 (Lauttasaari) ja Sturenkatu 11 (Alppila).

KONELA-MYYNTI Oy

Ensimmäinen Lada-mainos Helsingin Sanomissa 9.9.1971²³⁶

Eliten mainonta jatkui kampanjana Ladan lanseerauksen jälkeenkin. Suurikokoisissa mainoksissa HS:n kotimaan- ja kulttuurisivuilla korostettiin edullista hinnoittelua.²³⁷ Ladan oli tuotu markkinoille, mutta sen menestyksestä ei ollut varmuutta. Eliten myyntiä jatkettiin aktiivisen markkinoinnin tukemana. Kenties ”Mossen” myyntiä siivitti myös lentopallojoukkue Eliten menestys SM-sarjassa. Urheilusivuilla Konela mainosti itse menestystään kansainvälisillä Tour D’Europe -rallipoluilla: ”Elite voittoon – Lada toiseksi.” Kisan tulokset julkaistiin, kuten urheilusivulla tulokset.²³⁸ Mielikuva sitkeästä ja lujasta neuvostoautosta saattoi tehdä vaikutuksen urheilusta kiinnostuneisiin lukijoihin. Olihan Konela mainostanut Moskvitshia maasto-ominaisuuksiensa puolesta erinomaisena kulkupelinä jo 1960-luvulla. Tällä tavoiteltiin nuorta, urheilullisista

²³⁶ Helsingin Sanomat 9.9.1971, 13.

²³⁷ Helsingin Sanomat, 10.10.1971, 8; 15.10.1971, 15.

²³⁸ Helsingin Sanomat, 27.10.1971, 27.

ominaisuuksista kiinnostunutta yleisöä. Urheilun kautta haluttiin profiloitua myös penkkiurheilijoiden silmissä: Lada-mainoksia nähtiin muun muassa kuuluisimpien urheilukenttien laidoilla, kuten Olympiastadionilla ja Helsingin jäähallissa.²³⁹

Marraskuussa 1971 Konela aloitti hintavetoisen kampanjan teemalla ”hinnat pisteveroa edeltäneelle tasolle.” Lähes koko sivun kokoisella mainoksella saavutettiin varmasti huomiota. Keskipisteenä mainoksessa oli Lada. Elite ja Volga uusine hintoineen esiteltiin pienemmässä kuvassa.²⁴⁰

Ladan ja Moskovitshin 1960-luvun mainoksissa oli selkeä kuvastollinen eroavaisuus: Mossea suunnattiin perheille ja Ladaa nuorille pareille tai yksilöille. Kymmenessä vuodessa oli tapahtunut suuria yhteiskunnallisia muutoksia ja markkinoinnilla pureuduttiin ajan henkeen. 1940-50 -luvuilla syntyneet suuret ikäluokat tarkoittivat suuria perheitä, joille kannatti mainostaa perheautoja. 1970-luvun alkuun tultaessa suuret ikäluokat puolestaan olivat tulleet autonostoikään. Lada-mainosten kuvastolla vastattiin nousevaan individualismiin ja tasa-arvokäsityksen muutokseen: naiset esitettiin aktiivisina toimijoina ja kuljettajina, mainosmallit olivat pukeutuneet nuorekkaan muodikkaasti ja Ladat ajettu vapautta viestiviin maisemiin merenrannoille, modernin arkkitehtuurin ääreen ja villiin luontoon.

Konelan markkinoinnissa tunnettiin kohderyhmäajattelu, vaikka neuvostoliittolaisia autoja suunnitteluvaiheessa tuskin positioitiin tarkasti tietyille läntisille ostajaryhmille. Individualismin korostaminen saattoi olla ristiriidassa yksityisomistusta rajoittavan aatteen kanssa, mutta toisaalta yksityisautoilun tuoma vapaus voisi koskettaa koittavassa sosialismissa entistä laajempia kansanryhmiä. Tuotantovälineiden ja kulutushyödykkeiden välillä oli omistusoikeudellinen ero Neuvostoliitossakin. Henkilökohtaisen materiaalsen omaisuuden määrällä saatettiin myös vertailla järjestelmien kykyä tuottaa hyvinvointia.

Kansandemokraattisen ja kommunistisen kentän toisen puolen, SKDL:n ja SKP:n enemmistön, näkemyksiä edustanut Kansan Uutiset ilmestyi 1970-luvun alussa

²³⁹ Markkinointia Koskevat Valokuvat. 1970-luku. 11371:314. KA.

²⁴⁰ Helsingin Sanomat, 25.10.1971.

päivittäin. Kansan Uutisissa mainoksia julkaistiin kuten muissakin päivälehdissä. Automainoksia ja lehtijuttuja oli länsi- ja itäautoista. Määrällisesti automainoksia oli tarkasteluajankohtanani huomattavasti vähemmän kuin Helsingin Sanomissa. Konelan kesäloma-aiheinen Elite-mainos oli tosin lehden ainoa automainos 22.7.1971.²⁴¹

Ladan esittely lehdistölle noteerattiin Kansan Uutisissa lähes neljäosasisivun kokoisella jutulla 27.8.1971. Jutussa Lada sai innostuneen vastaanoton ja sille ennustettiin menestystä kilpailluilla automarkkinoilla. Toisin kuin Tiedonantajan suppeammassa Lada-jutussa, Kansan uutiset kertoi Neuvostoliiton laajoista autoteollisuuden kehityshankkeista ja yhteistyöstä läntisten autonvalmistajien kuten Renaultin ja Fiatin kanssa.²⁴² Ensimmäinen Lada-mainos painettiin Kansan Uutisiin 9.9.1971 kuten muihinkin lehtiin. Se sisälsi suuren kuvan autosta ja pariskunnasta rannalla. Tässä mainoksessa ei vielä lueteltu Ladan teknisiä ominaisuuksia. Kansan Uutiset oli osa Konelan markkinointikanavien valikoimaa. Ladan mainonta jatkui syksyllä 1971 samassa tahdissa Helsingin Sanomien kanssa. Esittelytilaisuudet olivat Helsingissä ja Porvoossa.²⁴³ Paikallisesti kohdennettua Lada-mainontaa sai osakseen Konelan jälleenmyyjä Sisämaan Auto Oy Jyväskylässä.²⁴⁴ Ladan lisäksi toinen mainostilaa Kansan Uutisissa ostanut automalli syksyllä 1971 oli japanilainen Toyota Corolla, joka oli hieman Ladaa kalliimpi auto. Se kilpaili kansandemokraattisen lehden lukijoiden autohankinnoista. Myös pienten, edullisten autojen kategoriaan kuulunutta Vauxhall Vivaa mainostettiin Kansan Uutisissa. Ladan ja Corollan ohella se sopi hyvin ajatukseen työväenluokkaisesta menopelistä.²⁴⁵

Mainosten määrä viikoittain ilmestyvässä, marxismi-leninismiin nojaavassa Tiedonantajassa Ladan julkaisuvuonna 1971 oli vähäinen. Kesäkuun Tiedonantajassa julkaistiin kuitenkin lomateille edullista vaihtoauto-Eliteä mainostava ilmoitus. Kukkasin

²⁴¹ Kansan Uutiset 22.7.1971, 9.

²⁴² Kansan Uutiset 27.8.1971, 12.

²⁴³ Kansan Uutiset 15.9.1971, 16.

²⁴⁴ Kansan Uutiset 17.9.1971, 11.

²⁴⁵ Kansan Uutiset 30.9.1971, 8.

viimeistely mainos esitteli ”päivän autona” vuoden 1969 Eliten. Samassa lehdessä mainostettiin puolen sivun kokoisesti Eliten erikoistarjousta vastavetona nouseville veroille.²⁴⁶ Mainostaminen vähemmistökommunistien julkaisussa osoitti tarkkaan harkittua kohderyhmäajattelua. Muiden yritysten mainosten puuttumiselle voi olla monenlaisia syitä, mutta Konelan neuvostoliittolaiset taustat tekivät siitä todennäköisesti sopivan yhteistyökumppanin Neuvostoliittoa ihailevalle lehdelle.

Ladan ensiesittely Tiedonantajassa 2.9.1971 ei ollut mainos, vaan kuvalla varustettu pieni juttu Viikon radio- ja TV -sivulla. Jutussa kerrottiin Ladan tekniset tiedot ja Konelan pääjohtaja esitteli Neuvostoliiton suunnitelmat 3,5-kertaistaa autotuotantonsa uudella viisivuotiskaudella.²⁴⁷ Konela pääsi tuotteineen lehden sivuille myös ilman mainosrahaa, mikä saattoi olla varsinaista mainontaa uskottavampaa profiloitumista. Markkinoinnillisesta näkökulmasta julkaisun varsinaiseen sisältöön saatua viestiä pidetään usein mainosta tehokkaampana vaikuttavuudeltaan. Konela oli jo kohdistanut mainontaa Tiedonantajan lukijoille ja kuin vahvistuksena valitulle linjalle, saatiin lehteen juttu uutuusauto Ladasta.

Ensimmäinen Lada-mainos julkaistiin Tiedonantajassa 9.9.1971 kuten Helsingin Sanomissakin. Se oli tekstisisällöltään Helsingin Sanomien Lada-mainoksia vastaava. Ladan mainoskuvassa oli nuorekkaasti pukeutunut pariskunta. Mainos oli kyseisen Tiedonantaja-numeron ainoa kaupallinen ilmoitus.²⁴⁸ Ladan ja Eliten mainonta jatkui Tiedonantajassa vuonna 1971 jokaisessa numerossa. Ladan puolesta mainoksissa argumentoitiin laatua, suorituskykyä ja teknisiä ominaisuuksia korostaen, kun taas Eliteä myytiin hintavetoisesti. Konelan mainosten lisäksi Tiedonantajassa ei mainostettu edes muita sosialististen maiden autoja, vaikka niitä myytiin Suomessa. Esimerkiksi Skodan, Wartburgin ja ”polski-Fiatin” maahantuonti oli suomalaisten yritysten käsissä. Kenties suomalainen mainospääoma ei ollut tervetullutta Tiedonantajaan neuvostoliittolaisen sopiessa hyvin. Käytettyjen autojen mainoksessaan Konela-Auto luetteli myös

²⁴⁶ Tiedonantaja 10.6.1971, 4.

²⁴⁷ Tiedonantaja 2.9.1971, 13.

²⁴⁸ Tiedonantaja 9.9.1971, 11.

länsiautovaihdokkejaan Eliten rinnalla Brahenkadulla Turussa, jossa kaupan oli myös Belarus-traktoreita ja sen läntisiä vaihtoehtoja.²⁴⁹

Konelan markkinoinnillisia motiiveja kiinnostavampaa onkin, miksi Tiedonantajassa ei ollut muiden yritysten mainoksia. Neuvostoliittolaiset kuluttajatuotteet olivat 1970-luvulla harvinaisia Suomessa eikä niiden maahantuonti ja markkinointi nouse esiin tutkielmassani käsitellyissä lehdissä. Vaikka Moskvitsh ja Lada oli valmistettu Neuvostoliitossa ja Konela oli neuvostoliittolaisessa omistuksessa, täytti auto jonkinlaiset kapitalistisen tuotantotavan kriteerit ja oli sen ostavan henkilön yksityistä omaisuutta. Konelan ensimmäisten Lada-mainosten kuvasto muodikkaine ihmisineen ja merenrantamaisemineen viestitti yksilönvapauden ja teknologisen kehityksen ajatusta. Kenties sosialismi voisi tarjota näitäkin asioita uudenzalaisille, nuoremmille ja myös naispuolisille kohderyhmille, jotka mainoskuvissa olivat pääosassa Ladan rinnalla. Vuoden 1968 henki pyrittiin hyödyntämään Konelan markkinointiosastolla tehokkaasti. Konelan Tiedonantaja-yhteensopivuuden näkökulmasta muutkin neuvosto-omisteiset yritykset kuten Teboil ja Capitol-elokuvateatteri olisivat voineet mainostaa Tiedonantajassa. Konela todennäköisesti tiesi olevansa ainoa mainostaja vähemmistökommunistien lehdessä. Tätä selkeämpää markkinasegmentointia poliittisessa mielessä tuskin voi tehdä. Konelassa oli sympatioita SKP:n vähemmistöä kohtaan, mutta kuka teki päätöksen mainostaa näkyvästi Tiedonantajassa ja siirtää markkinointirahaa vähemmistökommunisteille? Tuore toimitusjohtaja Rouvali oli varmasti tietoinen valitusta mainostuslinjasta. Ehkä vähemmistöläisillä oli parhaat juhlat, joissa Konela halusi olla mukana. Vuoden 1973 YYA-sopimuksen ja Konelan SNS-seuran 20-vuotisjuhlaan juhlapuhujaksi saatiin Tiedonantajan päätoimittaja Urho Jokinen.²⁵⁰

Profiloitumisen kannalta Tiedonantajassa ja Kansan Uutisissa mainostamisessa on selkeänä erona KU:n neutraalius markkinointikanavana Tiedonantajan poliittisuuteen verrattuna. Konelan liiketoiminnallisten tavoitteiden näkökulmasta Tiedonantajaa voisi

²⁴⁹ Tiedonantaja 25.11.1971, 18.

²⁵⁰ Tapahtuma-ilmoitus -moniste. 11371:288 Suomi-neuvostoliitto-seura Konelan Osastoa Koskevat Valokuvat. KA.

pitää riskinä – ostaisiko kukaan muu autoa, jonka mainostulot suuntautuvat kumousmielisille kommunisteille? Ladan alkuperä ei ollut salaisuus ja monille kuluttajille neuvostoliittolaisuus on ollut syy olla valitsematta itäautoa. Konelan markkinoinnissa tämä asetelma varmasti käytiin läpi. Kenties mitään maineellista menetettävää ei ollutkaan, kun onnettomasti myyvien Mossejen tilalle tarvittiin uutta menestystuotetta ja markkinointia ohjattiin laajalti eri kanaviin.

Ystävyysspolitiikka-teesin näkökulmasta tarkasteltuna Konelan yhteistyö Neuvostoliittoa ihailevan SKP-vähemmistön kanssa oli merkki lientyneistä väleistä itänaapurin kanssa. Valtion ylin johto Kekkosta myöten osallistui Konelan tapahtumiin ja toisaalta ymmärsi nuoria kommunisteja. Radikaalikin Neuvostoliitto-myönteisyys oli ystävyysspolitiikan ansiosta hyväksytympää 1971, kuin kymmenen vuotta aiemmin. Suomettumisen näkökulmasta katsottuna Neuvostoliiton arvostelun ollessa paheksuttua, myös neuvostoliittolaisen yrityksen julkinen poliittinen arvostelu olisi saattanut aiheuttaa seuraamuksia. Konelan Tiedonantaja-yhteistyöhön ei liittynyt mitään laitonta, vaikka se erikoiselta liiketoimintaa ajatellen näyttikin. Neuvostoliittolaista rahaa liikkui Konelan markkinoinnin kautta SKP:n enemmistölle ja vähemmistölle. Mainontaa tehtiin muissakin kanavissa kuten esimerkiksi Helsingin Sanomissa, mutta Tiedonantajan ainoana mainostajana olemista voi pitää poliittisena osallistumisena. Ehkä aiemmin mainittu ”Konelan neuvostoliittolaisten työntekijöiden puuttumattomuus suomalaisten kommunistien sisäisiin kiistoihin” pakotti ohjaamaan markkinointirahoja tasapuolisesti. Konelaa ja muita neuvostoliittolaisomisteisia yrityksiä on pidetty rahoituskanavina suomalaisille kommunisteille, mutta yksityiskohtaisia tietoja juuri Konelan roolista ei ole julkisesti saatavilla.²⁵¹

Valtakunnallisesti ilmestyvistä poliittisesti sitoutuneista lehdistä Ladan lanseerausta mainostettiin ainakin Suomen Sosialidemokratissa syksyllä 1971. Mainostajana oli Konela suurikokoisella rantamaisema-mainoksellaan sekä Hämeenlinnassa toiminut

²⁵¹ Pohjonen, Juha: ”Suojelupoliisi – sisäisen turvallisuuden takaaja” teoksessa ”Isänmaan puolesta – Suojelupoliisi 50 vuotta.” 103-105. Toim. Simola, Matti ; Sirvio, Tuulia. Jyväskylä ; Helsinki : Gummerus 1999.

Auto-Häme -liike.²⁵² Suomen Sosialidemokraatissa julkaistiin myös muiden itäautojen, japanilaisten ja länsiautojen mainoksia, mutta syyskuussa 1971 Lada oli selvästi eniten tilaa ostanut merkki. Moottoripalstan jutussa Lada esiteltiin teknisiltä ominaisuuksiltaan ja esimerkkinä Neuvostoliiton autoteollisuuden kehityksestä.²⁵³ Lada-juttu julkaistiin Suomen Sosialidemokraatissa yli viikkoa myöhemmin kuin muissa vasemmiston lehdissä. Syynä saattoi olla Suomen Sosialidemokratian Moottori-palstan julkaisutahti pikemmin kuin muiden lehtien innostuneempi vastaanotto Ladalle. Mainonta loppui lokakuussa lähes kokonaan eli oli selvästi kampanjaluonteisempaa kuin Kansan Uutisissa ja Tiedonantajassa.

Fiat, johon myöhemmin julkaistava Lada 1200 pohjautui, oli suosittu automerkki vuosikymmenen vaihteessa. Fiatin ja VAZ-autotehtaan välinen yhteistyösopimus oli solmittu vuonna 1966. Neuvostoliiton autotuotanto kaipasi uutta tekniikkaa ja tehokkaampaa valmistusta. Kotimainen kysyntä oli jatkuvasti korkealla ja autojen jonotuslistat pitkiä. Puolassa Fiateja oli valmistettu jo aiemmin, joten sosialistisessa maassa valmistettu ”länsiauto” ei ollut täysin uusi asia Ladan tullessa markkinoille.

5.2 Ladan vastaanotto ja Konelan paluu menestyksen tielle

Konelan myyntitilastojen perusteella Lada otettiin hyvin vastaan Suomessa jo ensimmäisenä myyntivuotenaan. Sitä rekisteröitiin lokakuussa tapahtuneen lanseerauksen jälkeen 848 kappaletta vuoden loppuun mennessä. Ensimmäisenä kokonaisena myyntivuotenaan Ladaa rekisteröitiin peräti 6475 kappaletta.²⁵⁴ Konela teki vuonna 1972 101 230,15 markan voitollisen tuloksen, joka vastaa vuonna 2020 118 400,00:aa euroa. Yhtiön toimintakertomuksessa todettiin Konelan saavuttaneen

²⁵² Suomen Sosialidemokraatti 8.9.1971, 9.

²⁵³ Suomen Sosialidemokraatti 18.9.1971, 6.

²⁵⁴ Rekisteröintitilastot myyntipiireittäin 1968-1985 (1972). KA.

huomattavia myynnillisiä tuloksia ja lujittaneen taloudellista asemaansa.²⁵⁵ 1960-luvun lopun alakuloisiin autonmyyntiaikoihin verrattuna tunnelmat Konelassa piristyivät.

Tekniikan Maailman arviot Ladasta olivat vuosina 1971 ja 1972 varovaisen hyväksyviä. Vertailukohdiksi otettiin itäautot laajemmin ja tärkeimpänä kilpailijana Fiatin mallit, joihin Ladakin pohjautui. Tekniikan Maailman laajassa Lada 1500 S -testissä mainittiin useaan otteeseen, että auto haastaa läntiset kilpailijat muullakin kuin edullisella hinnallaan. TM ennusti Ladalla vahvaa myynti tulevana vuosina, missä sen olikin täysin oikeassa.²⁵⁶ Arviot Tekniikan Maailmassa, jolla oli arvostettu asema autoilijoiden keskuudessa, antoivat lisää aihetta riemuun Konelan mainososastolla ja TM-arviot nostettiin muiden julkaisujen mainoksiin.

Vuoden 1973 lopussa Konela kiitti lehtimainoksella asiakkaitaan yli 12000:sta vuoden aikana myydystä autosta, kun rekisteröintimäärä vuonna 1971 oli ollut 3812 henkilöautoa.

Ladan tv-mainos kuvasi autouutuuden taustoja rohkeasti: ”Yhdistettiin etelän lämmin temperamentti ja avaruustekniikan taitajien kylmä järki.” Italialais-neuvostoliittolaisen yhteistyön hedelmää ei olisi osuvammin voinut kuvata. ”Lada ajaa huomispäivään – testaa Lada.”²⁵⁷

²⁵⁵ Kertomus Oy Konela Ab:n toiminnasta vuonna 1972,10.

²⁵⁶ Tekniikan Maailma 15/1973, 50.

²⁵⁷ Lada-mainos. Arviolta vuodelta 1972. Konela.

(<https://www.youtube.com/watch?v=AsDNAY3lsHE&list=TLPQMjUwMzIwMjBnTPiWvDflEw&index=3>)

5.3 Öljykriisin vaikutus Ladan myyntiin ja markkinointiin

Israelin ja Egyptin välisestä Yom kippur -sodasta lokakuussa 1973 liikkeelle lähtenyt öljykriisi koetteli maailman ja Suomen taloutta. Öljyn ja bensiinin hinnat nousivat ennätyksellisen korkealle vuodenvaihteessa 1974, mikä tuntui henkilöautoilijoiden kukkaroissa. Taloudellisuutta korostettiin automainoksissa aiemminkin, mutta öljykriisin aikana siitä tuli vielä tärkeämpi myyntiargumentti henkilöautoille.

Öljykriisi herätti poliittiset päättäjät energiatalouden haavoittuvuudelle. Länsi-Euroopassa ja Pohjoismaissa kaivattiin vaihtoehtoja Lähi-idän öljylle. Neuvostoliittolainen öljy, maakaasu ja joissakin tapauksissa ydinvoimateknologia nähtiin mielenkiintoisena mahdollisuutena. Hiiliteollisuus nautti kasvavasta kysynnästä. Suomessa turve nousi taloudellisesti kannattavaksi energiamuodoksi. Suomen ja Neuvostoliiton suhteissa energia oli merkittävä vaihdannan hyödyke jo ennen kriisin alkua: 1970-luvun alkuvuosina öljyn osuus idäntuonnista oli yli 60 prosenttia. Maakaasuputken ja Loviisan ydinvoimalan rakentaminen saivat uutta vauhtia öljykriisin aiheuttamasta jyrkästä hinnannoususta.

1960-luvun lopulla herännyt tietoisuus ympäristöongelmista ja saastumisesta alkoi esiintyä sanomalehtien sivuilla. Auton taloudellisuus ympäristönäkökulmasta ei kuitenkaan noussut vielä esiin.

Konelan rooli idänkaupan järjestelmän osana pakotti sen mukautumaan muuttuneisiin olosuhteisiin. Suomen ja Neuvostoliiton välinen vuosittainen tavaravaihtosopimus vaikutti myytäväksi tulevien autojen määrään. Toisaalta polttoaineiden hinnannousu ja yleinen taloudellinen tilanne vaikuttivat ajoneuvojen kysyntään. Suomen öljyntuonnista valtaosa tuli Neuvostoliitosta, mikä osaltaan hillitsi hintojen nousua. Noustessaan hinnat nostivat suomalaisen idänviennin arvoa bilateraalisesta kaupan mekanismista ansiosta ja idänvienti kasvoi.

Persianlahden öljymaiden päätös nostaa raakaöljyn hintoja vaikutti liikenteen polttoaineiden hintaan pienellä viiveellä loppuvuodesta 1973. Polttonesteiden hinnat

olivat olleet nousussa koko vuoden 1973, mutta nousukulma jyrkkeni loka-marraskuun vaihteessa, kun öljy-yhtiöt anoivat hintaviranomaisilta lupaa nostaa hintoja.²⁵⁸

Automainonnassa taloudellisuus ei vielä lokakuussa 1973 noussut myyntiargumentiksi, mutta Helsingin Sanomien uutisjutuissa ja pakinoissa bensen kallistumista kommentoitiin. Johannes Koroma hassutteli ajatuksella Enemmistö ry:n salaisesta yhteistyöstä öljyntuottajamaiden ja liikennelaitoksen, jolla bensen hinta saadaan nostettua niin korkeaksi, että ”asiakirjasalkkuaan kodin ja työn välillä ajeluttavat *automiehet* saadaan joukkoliikenteen asiakkaisiksi.”²⁵⁹ Samassa lehdessä kirjoitettiin Suomen ja Neuvostoliiton välille avattavasta maakaasuputkesta, joka Nesteen toimitusjohtaja Uolevi Raaden mukaan tarjosi energiakriisin keskellä toisen, turvallisen energiamuodon öljyn rinnalle.²⁶⁰ Suomen riippuvuutta neuvostoliittolaisesta energiasta oltiin huolissaan, mutta turbulentissa maailmantilanteessa se nähtiin hyvänä vaihtoehtona. Neuvostoliiton öljynkin hintataso reagoi hitaammin raakaöljyn hinnankorotuksiin. Suomen öljytuonnista neuvostoliittolaisen öljyn osuus oli yli 60% 1970-luvun alussa. Uusimman energiatuotantomuodonkin eli ydinvoiman parissa oltiin yhteistyössä Neuvostoliiton kanssa. Myös Norjan uusimmat öljylöydökset esitettiin Helsingin Sanomissa mahdolliseksi pelastajaksi energiakriisiin aikana.²⁶¹

Öljytuonnin lisääminen oli agendalla Suomen ja Neuvostoliiton vuoden 1974 tavaravaihtoa koskevissa neuvotteluissa.²⁶² Neuvotteluiden päätteeksi raakaöljytuontia ei vastoin Suomen toiveita lisätty, mutta moottoribensiinin ja dieselöljyn määrää kasvatettiin. Konelan autokauppaa koskettava kategoria eli koneet laitteet kasvoivat arvoltaan neljäänsataan miljoonaan markkaan. Suuri osa kasvusta kuului Loviisan ydinvoimalan ja tehtaiden rakentamiseen, mutta myös henkilöautojen tuontimäärää

²⁵⁸ Helsingin Sanomat 22.11.1973, 27.

²⁵⁹ Helsingin Sanomat 30.10.1973, 22.

²⁶⁰ Helsingin Sanomat 30.10.1973, 24.

²⁶¹ Helsingin Sanomat 31.10.1973, 24.

²⁶² Helsingin Sanomat 10.11.1973, 21.

kasvatettiin 8500-10000:sta 11-12000:een vuodelle 1974.²⁶³ Tämä tiesi Konelan myynnille ja markkinoinnille kovaa aherrusta.

Ensimmäiset taloudellisuuden sanomalla öljykriisin aikana julkaistut mainokset esittelivät Peugeotin dieselautoja. Maan auto kertoi Peugeot-mainoksessaan, että ölynhintoja oli vastikään nostettu kahdesti. Diesel oli edullisempaa ja moottori pienikulutuksisempi. Uuden Peugeot 204:n hankintahinta oli kuitenkin peräti 30100 markkaa eli lähes kolminkertainen esimerkiksi Ladaan verrattuna.²⁶⁴ Konelan mainoksia ei lokakuussa 1973 muutenkaan ollut Helsingin Sanomissa eikä valikoimassa toisaalta ollut dieselmoottorilla varustettuja henkilöautojakaan.

Marraskuussa 1973 Konelan mainokset Helsingin Sanomissa korostivat ”suositujen neuvostoliittolaisten autojen” edullisia hintoja. Kotimaan osastolla yli puolen sivun kokoisessa kuvassa kampanjan ensimmäisessä kuvassa oli myös uusi Lada-kuva. Edelleen muodikkaasti pukeutuneiden nuorten aikuisten lisäksi auton kyydissä istua lapsia. Ladan ensiesittelyvaiheessa lapsia ei kuvissa näkynyt, mutta isomman Lada 1500 S -mallin kyytiin mahtui hyvin koko perhe. Muiden merkkien mainoksiin verrattuna Lada-perheen miehellä oli huomattavan pitkät hiukset. Perheen äidiksi miellettyä nainen on menossa rattiin, ei välttämättä mies. Kuten ensimmäisissä Lada-mainoksissa, tässäkin luotiin kuvaa nykyaikaisesta, avaruusajan vapaasta perheestä.²⁶⁵ Öljykriisi ei vielä näkynyt tämän mainoksen viestissä, mutta lasten esittämistä mainoksessa voi pitää tulevaisuuteen katsovana.

Samassa lehdessä olleessa amerikkalaisen Dodge Dart -auton mainoksessa pieni kulutus sen sijaan mainittiin. Kulutus lienee ollut matala ainakin muihin amerikkalaisiin verrattuna, sillä tässä tapauksessa sen luvattiin olevan 11-13 litraa sadalla kilometrillä. Hinnaltaan auto ei kilpaillut neuvostoliittolaisten kanssa, sillä se oli Ladaa kolme kertaa kalliimpi. Kilpaileva talousjärjestelmä pystyi edelleen tuottamaan haluttuja, korkeamman

²⁶³ Helsingin Sanomat 21.11.1973, 23.

²⁶⁴ Helsingin Sanomat 1.11.1973, 42.

²⁶⁵ Helsingin Sanomat 11.11.1973, 7.

lisäarvon tuotteita.²⁶⁶ Näkyvästi alhaista kulutusta nousevien bensahintojen riivaamille autoilijoille ryhtyi marraskuussa mainostamaan myös Datsun, jonka kaikki mallit pääsivät alle kymmenen litran lukemaan, 120 A jopa 4,7 litraan sadalla kilometrillä.²⁶⁷ Japanilaiset autot kilpailivat neuvostoliittolaisten kanssa samassa hintaluokassa, joten Konelalla alettiin varmasti miettimään taloudellisuus-argumentin käyttöä muussakin kuin auton ostohinnassa. Toinen Ladan ja Eliten merkittävä kilpailijataho eli ”Polski-Fiat” ei mainostanut alhaisella kulutuksella tai edullisella hinnalla, vaan lyhyellä jarrutusmatkalla sadasta nollaan tuntikilometriin.²⁶⁸

Helsingin Sanomat esitteli kulttuurisivuilla marraskuussa 1973 Rooman klubin julkaisun Kasvun rajat. Raportissa esitettiin väestönkasvu, teollistuminen, aliravitseminen, uusiutumattomien luonnonvarojen ehtyminen ja ympäristön pilaantuminen ihmiselämää uhkaavina tekijöinä. Kasvun rajat tulisivat vallinneella kehitystahdilla vastaan sadassa vuodessa.²⁶⁹ Julkaisunsa jälkeen Kasvun rajat kohtasi kovaa kritiikkiä taloustieteilijöiden, teollisuuden ja politikkojen taholta, jotka vastustivat raportin ajatusta väestönkasvun ja kulutuksen rajoittamisesta.²⁷⁰ Käynnissä olleeseen öljykriisiin nähden raportin ajoitus oli erinomainen. Kallistuva öljy pakotti säästämään kaikkea energiaa ja keksimään vaihtoehtoisia tuotantotapoja. Autoiluun liittyen moottoriteiden nopeusrajoituksia laskettiin ja Suomessakin luovuttiin vapaista maantienopeuksista.

Loppuvuoden 1973 aikana Konelan mainokset Helsingin Sanomissa olivat enimmäkseen pieniä ilmoituksia. Eliten ja Kimmon välisen lentopallo-ottelun mainoksessa Konela esiintyi sponsorina. Mainoksen autokuvassa Elite näytti jo hieman vanhanaikaiselta. Ottelun katsojien kesken arvottiin kuuden päivän matka Moskovaan.²⁷¹ Jouluaaton

²⁶⁶ Helsingin Sanomat 11.11.1973, 25.

²⁶⁷ Helsingin Sanomat 13.11.1973, 14.

²⁶⁸ Helsingin Sanomat 16.11.1973, 21.

²⁶⁹ Helsingin Sanomat 18.11.1973, 26.

²⁷⁰ Meadows, Donella H., Meadows, Dennis L., Pitkänen, Kati ja Randers, Jørgen. Kasvun Rajat: 30 Vuotta Myöhemmin. Gaudeamus, Helsinki 2005.

²⁷¹ Helsingin Sanomat 19.12.1973, 34.

aattona Konela julkaisi kuitenkin kokosivun mainoksen suurella ”12.000 Luottamuslausetta” -tekstillä otsikoituna. Lukumäärä viittasi vuoden aikana myytyjen Konelan autojen lukumäärään. Mainoksessa Konelan autojen menestystä perusteltiin Neuvostoliiton autoteollisuuden nopealla kehityksellä ja suomalaisten autoilijoiden laatu- ja tietoisuudella. Pääosassa mainoksessa oli Lada, jonka erinomaisuus johtui edistyksellisestä teknologiasta, sopivuudesta pohjoisiin tieolosuhteisiin ja edullisuudesta. Polttoainetaloudesta ei tässä mainoksessa ollut mainintaa. Edes Ladan taloudellisuus verrattuna edeltäviin Neuvosto-autoihin ei tainnut riittää myyntiargumentiksi.²⁷²

Konelan Uutisissa taloudellisuuteen ja saasteettomuuteen oli otettu kantaa jo edellisellä vuonna. Neuvostoliitossa kehitellyistä sähkömoottorilla varustelluista henkilö- ja kuorma-autoista sekä katalysaattorista oli pieni juttu neuvostoliittolaista autoteollisuutta esittelevässä jutussa.²⁷³

Huolimatta lisääntyvästä uutisoinnista energiakriisiin ja polttoaineiden hinnankorotuksiin liittyen, automainokset eivät marras-joulukuussa 1973 muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta keskittyneet polttoainetaloudellisuuteen. Pientä kulutusta mainoksissaan korostivat vain Peugeot, Datsun and Audi. Tammikuussa 1974 Konelan kokosivun Elite- ja Lada-mainoksessa sana ”taloudellisuus” nostettiin Ladan ominaisuuksien kuvaukseen. Sen hieman alle kymmenen litran kulutus ei aivan pärjännyt saman hintaluokan kilpailijoille, mutta taloudellisuus kannatti nostaa esiin.²⁷⁴ Tämän mainoskampanjan seuraavissa mainoksissa keskityttiin talvirenkaisiin kaupanpäällisinä sekä Ladan ja Eliten hyviin talviominaisuuksiin kuten sujuvaan käynnistymiseen ja lämpimyYTEEN pakkasella.

Rooman klubin seuraava julkaisu Ihmiskunta käännekohdassa -raportti esiteltiin Helsingin Sanomissa lokakuussa 1974. Raportti kiinnitti huomiota energian, erityisesti öljyn kulutukseen taloudellisesta, sosiaalisesta ja ympäristönäkökulmasta.²⁷⁵ Autoilun aiheuttamat ongelman nousivat julkiseen keskusteluun, mutta Helsingin Sanomien

²⁷² Helsingin Sanomat 23.12.1973, 5.

²⁷³ Konelan Uutiset 1/1972, 11.

²⁷⁴ Helsingin Sanomat 5.1.1974, 15.

²⁷⁵ Helsingin Sanomat 21.10.1974, 2.

jutuissa enimmäkseen ruuhkautuvan liikenteen eikä esimerkiksi ympäristöongelmien vuoksi.

Automainonnassa Helsingin Sanomissa vuoden 1974 lopulla taloudellisuus nostettiin osassa mainoksista tärkeäksi hankinnan perusteeksi. Kulutuslukemat mainittiin useimmissa mainoksissa. Konela mainosti Ladaa ja Mossea kokosivun ilmoituksella 26.10.1974 alkaen kampanjana Helsingin Sanomissa. Mainoksessa oli suuret kuvat autoista ja isoilla kirjaimilla ”Hinnat nousevat!” -huudahdus. Ladan argumenteiksi nostettiin Tekniikan Maailman antamat kehu ja Eliteä myytiin edullisuudellaan. Taloudellisuus mainittiin, mutta kulutuslukemia ei kumpaakaan autoa koskien.²⁷⁶

Myyntitilastojen mukaan Konelan automyynti jatkoi kasvuaan öljykriisin jälkeisenä vuotena. Konelan autot pysyivät kohtuullisen hintaisina, uusia malleja lanseerattiin ja niitä markkinoitiin aktiivisesti. Kuluttajien luottamus Ladaan pysyi vahvana. Ystävyysspolitiikan onnistumista arjen tasolla voidaan pitää onnistuneena ainakin neuvostoliittolaisten autojen myynnin volyymillä mitattuna.

Ystävyysspolitiikan välittävän tason näkökulmasta katsottuna Neuvostoliitto saattoi vaikuttaa turvalliselta ja reilulta kumppanilta turbulentissa kansainvälisen politiikan ympäristössä. Neuvostoliitonsuhteita suojeltiin korkeilta poliittisilta tahoilta presidenttiä myöten. Suomalaisen teollisuuden riippuvuus Neuvostoliiton raaka-aineista ja tavaraviennistä syveni, eikä tätä kasvu-uraa haluttu vaarantaa. Suuret teollisuushankkeet, joissa neuvostoliittolaiset toimijat olivat osapuolina, nauttivat valtio johdon poliittista ja materiaalista tukea.

²⁷⁶ Helsingin Sanomat 26.10.1974, 9.

6 Johtopäätökset

Konela onnistui tutkimanani ajankohtana säilyttämään merkittävän asemansa Suomen henkilöautomarkkinoilla haasteista huolimatta. Autojen kysyntä kasvoi ajanjaksona absoluuttisesti jatkuvan talouskasvun myötä. Henkilöautojen kokonaismäärä kasvoi muutamaa poikkeuksellista vuotta lukuun ottamatta vuosittain. Autotuonnin sääntelyn purkamisen pelättiin aiheuttavan Konelan tuomien itäautojen kysynnän laantumista, mutta Moskvitsh ja Volga kävivät hyvin kaupaksi vielä 1960-luvun puolivälissäkin, kunnes kilpailu ja tuotekehityksen hitaus johtivat kiinnostuksen hiljentymiseen. Konelan autojen markkinaosuus pieneni, muttei romahtanut yhtä rajusti kuin esimerkiksi kilpailevan Skodan, jonka myynti putosi vuoden 1960 yli 5000:stä autosta 850:een vuonna 1968.

Suomen ja Neuvostoliiton välisen idänkaupan mekanismi varmisti Konelan toivoman automäärän maahantuonnin. Bilateraalinen tavaravaihtoprosessi kehittyi ja laajeni koko tutkimanani ajanjaksona. Suomen kasvava idänvienti paisutti tuontia, jota Neuvostoliitto halusi tehdä erityisesti laitteiden ja koneiden kuten henkilöautojen muodossa. Suomesta pyrittiin rakentamaan neuvostoliittolaisten tuotteiden näyteikkunaa muualle länteen. Neuvostoliitto halusi tuoda jopa enemmän autoja kuin Konela pystyi myymään. Tavaravaihtojärjestelmä ei kuitenkaan velvoittanut Suomen valtiota tai Konelaa myymään autoja. Tavaravaihdon maksujärjestelmän ansiosta Konela pystyi tarjoamaan hyvät maksuehdot autonostajille. Autojen hinnat pysyivät kilpailijoihin nähden edullisina. Bilateraalinen kauppa tarjosi tukevan selkänojan yhtiön toiminnalle 1960-70 - luvuilla ja edelleen vuoteen 1990 asti.²⁷⁷

Konelan markkinointi pyrki tarkastelemanani ajankohtana luomaan neuvostoliittolaisista autoista tietynlaisiin kuluttajiin vetoavaa kuvaa, joka poikkesi sopivasti kilpailijoiden esittämästä viestistä. 1960-luvun alkupuolella Konelan pääasiallisena kohderyhmänä olivat perheelliset autoilijat. 1970-luvun taitteessa ja Ladan tullessa markkinoille pyrittiin

²⁷⁷ Piipponen, Kaarina: Suomen ja Neuvostoliiton välisen clearingmaksujärjestelmän purkaminen ja neuvostovelkojen loppuhoito. Suomen Pankki, BOFIT Online 2010 No. 2.
(<https://helda.helsinki.fi/bof/bitstream/handle/123456789/12533/165984.pdf?sequence=1&isAllowed=y>)

vetoamaan erityisesti nuoriin aikuisiin. Lehtimainontaa oli yhtä lailla porvarillisissa sanomalehdissä kuin työväenlehdissäkin. Neuvostoliitto esitettiin mainonnassa autojen kotimaana harkiten. Teknisiä ominaisuuksia korostamalla kaikessa mainonnassa pyrittiin todistamaan, että idässäkin osattiin valmistaa laadukkaita autoja. Parhaana referenssinä esiteltiin aina tilaisuuden tullen menestystä autourheilussa ja hyviä arvioita Tekniikan Maailman testeistä.

Markkinoinnissa pelattiin mielikuvilla kuten läntiset kilpailijatkin tekivät, vaikka Konela kertoikin keskittyvänsä tuotteiden ja niiden ominaisuuksien esittelyyn.²⁷⁸ Tähän ei olisi tarvittu talonsisäistä mainososastoa ja visuaalisen ilmeen tarkkaa suunnittelua. Konela halusi tulla nähdyksi oikealla tavalla niiden lasien läpi, jotka kapitalistinen yhteiskunta oli autonostajien silmille asettanut. Vallitsevaa hegemoniaa vastaan ei kannattanut taistella, vaan autoja markkinoitiin ja myytiin sen aikaisen kulutuskulttuurin ehdoilla. Neuvostoliittolaiset autot olivat käyneet kaupaksi suoraviivaisellakin tiedottamisella autopulan aikana. Vapautuvan kilpailun aikana työväenluokkaiset asiakkaat olisivat haastateltavieni kommenttien perusteella valinneet neuvostoliittolaisen auton joka tapauksessa, mutta tämä asiakassegmentti ei riittänyt Konelalle. Sen piti tavoittaa myös keskiluokkainen, maksukykyisempi yleisö, jollaiseen toki nousi talouskasvun myötä useampia työläistäustaisia kansalaisia.

Idänkaupan kasvaessa ja ystävyyspolitiikan syventyessä Konela toi markkinointiviestintäänsä kansantaloudelliset perustelut: ostamalla neuvostoliittolaisen auton tuki vastavuoroisesti suomalaista vientiteollisuutta. Avajaistilaisuuksien juhlapuheissa ja yhtiön julkaisuissa toistettu viesti oli sopusoinnussa YYA-sopimuksen ja viisivuotisen kauppasopimuksen ystävyysliturgian kanssa. Luottamus Neuvostoliittoon kohtaan kohentui, kun kauppa kävi itään.

Kaupan murros 1960-70 -luvulla vaikutti autokauppaan. Konelan kumppanuudet osuusliikkeen kanssa päättyivät tarkastelemillani paikkakunnilla. Osuusliike ei pystynyt ainakaan E-liikkeen tapauksessa pitämään yllä jäsentensä ostouskollisuutta. Tässä Konela sen sijaan onnistui. Sen myyntimäärät elivät yleisen kysynnän mukaan, mutta eivät tutkielman ajanjaksolla romahtaneet niin, että Konela ei olisi säilynyt itsenäisenä yhtiönä.

²⁷⁸ Konelan Uutiset 2/1969, 2.

Vaikeina aikoina kuten vuonna 1968 yhtiötä toki saatettiin pääomittaa Neuvostoliitosta käsin.

Merkkiuskollisuutta ja luottamusta neuvostoliittolaisiin autoihin rakennettiin sitkeällä työllä. Autoliikkeiden siirtyminen keskustoista kaupunkien laiduille täyden palvelun autotaloiksi seurasi muun vähittäiskaupan muutosta: myymälöiden pinta-alat kasvoivat ja niihin liikuttiin autolla. Ideologinen koodi ja arkikoodi erkanivat osuusliikkeen jäsenien kohdalla: ostosten keskittämistä pidettiin tärkeänä, mutta käytännön hankinnoissa toimittiin toisin.²⁷⁹ Konelan autoja ostaneita motivoivat ideologiset tekijät auton kaupallisten ja välineellisten ominaisuuksien lisäksi. Ideologian voi arvella nostaneen neuvostoliittolaiset autot osittain tavanomaisen kulutuskäyttäytymisen logiikan yläpuolelle. Ladan onnistunut lanseeraus ja yllättävä menestys vahvistivat teknistä ja ideologista uskoa Konelan tuotteisiin. Hinnoittelun, maksuehtojen ja Konelan tarjoaman kokonaispalvelun merkitystä ei kuitenkaan pidä väheksyä. Bilateraalisin kaupan rahoitusjärjestely antoi Konelalle kilpailuedun, jonka se hyödynsi tehokkaasti.

Ei ole tiedossa kuka poliittista yhteistyötä Konelan puolelta ohjasi ja oliko yhtiön tarkoituksena toimia poliittisena välineenä Moskovin ohjauksessa. Neuvostoliittolaisen Konela-johdon kontaktit sikäläisiin viranomaisiin olivat tiiviit kuten myös neuvostoliittolaisiin toimijoihin Helsingissä. Toimitusjohtajat Matti Huhta, Lasse Jaakkola ja Teuvo Rouvali olivat Neuvostoliiton ystäviä jo ennen Konelan johtoon nousemistaan. Heidän rekrytoitumisellaan oli poliittisia syitä, mutta ennen kaikkea heidän uskottiin osaavan johtaa yritystä. Kommunistiyhteyksistään huolimatta Konela säilytti sopivan etäisyyden poliittiseen toimintaan, sillä esimerkiksi Suojelupoliisin historiikeista Konela tai muutenkaan neuvostoliittolaisomisteiset yhtiöt eivät esiinny. Reima Kyläsen mukaan Konelaa selkeämpiä tapauksia poliittisina toimijoina olivat idänkauppaa käyneet yritykset Seximo ja Fexima, joista jälkimmäinen oli SKP:n omistuksessa 1980-luvulla.

Mikrotason poliittiset huomiot haastattelemiltani aikalaisilta piirsivät kuvaa Konelan muutoksesta 1960-luvulta 70-luvulle. Puputin kuvaama poliittinen toiminta ja ”punaisen Valpon miehet” tekivät tilaa hallitummalle lainmukaiselle linjalle. Sirola-opiston

²⁷⁹ Ilmonen, 202.

käyneiden ja entisten punaisen Valpon miesten vaikutus heikkeni, muttei hiipunut täysin 1970-luvulle tultaessa, kuten Teuvo Rouvalin tukeva asema yhtiössä osoitti. Suorat rahasiirrot Konelalta SKP:lle ovat henkilöhaastatteluista saatujen tietojen varassa, mutta mahdollisesti totta. Selkeimpiä havaintoja tuesta omassa tutkielmassani olivat Konelan näkyminen Tiedonantajan ainoana mainostajana vuonna 1972, tilavuokrien ja painohankintojen kohdentuminen SKP:tä lähellä oleville toimijoille. Yhtiön ydintoiminnoissa eli automaahantuonnissa ja myynissä liikkuvat suurimmat rahat, joista pidettiin tarkasti kirjaa. Konelan toiminnan ammattimaistuesssa 1970-luvulla kirjapitokäytännöt tiukentuivat entisestään. Sen ulkopuoliselle rahaliikenteelle ei ollut laillista väylää.

Konelan neuvostoliittolainen johtokin pysyi erillään suomalaisten kommunistien sisäisistä kiistoista, vaikka NKP tukikin erityisesti SKP:n vähemmistöä.²⁸⁰ Konelan ammattimaistuminen ja syvempi integroituminen jättivät vähemmän liikkumavaraa liiketoiminnan ulkopuoliselle poliittiselle toiminnalle. Vastaavanlainen ilmiö näkyi muissakin neuvostoliittolaisomisteisissa yrityksissä. Teboilin kaupalliseksi johtajaksi ilman vasemmistolaista taustaa noussut Kyösti Tiainen houkuteltiin punaiseen öljy-yhtiöön vuonna 1971 SOK:lta. Hänet taivuteltiin taloon suurella palkkasummalla. Jyrki Vesikansa arvelee tämän liittyneen Teboilin imagopolitiikkaan, jolla yhtiön venäläistä taustaa piiloteltiin.²⁸¹ Imagosyiden lisäksi Tiaisen palkkaamista voi tarkastella ystävyyspolitiikan ja suomalaisten neuvostoliitto-suhteen normalisoitumisen näkökulmasta. Vasemmistotaustalla ei ollut enää merkitystä, kun bilateraalisen kaupan mylly tuotti voittoa siihen osallistuville yrityksille ja yksilöille. Pääoman punainen väri haalistui liiketoiminnan kiihtyessä.

Jos Konelaa tarkastellaan vasemmiston sisäisenä ilmiönä, voidaan arvioida, että neuvostoliittolaiset kauppamiehet veivät helposti rahat sokeasti Neuvostoliittoon uskovilta suomalaiskommunisteilta. Kenenkään ei ollut pakko ostaa itäautoa, mutta se oli suosittu valinta tietyissä piireissä. Tarkastelemieni paikkakuntien kohdalla

²⁸⁰ Leppänen, 242, 286.

²⁸¹ Vesikansa, Jyrki: Tiainen, Kyösti. Suomen talouselämän vaikuttajat -verkkojulkaisu. Studia Biographica 8. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 5.9.2011, 2.

työväenpuolueiden ja erityisesti SKDL:n suosio vaaleissa korreloi Konelan markkinaosuuden kanssa verrattuna porvarillisempiin paikkakuntiin. Haastateltavieni kertomukset ja aikalaismomentit siitä, että suomalaiset vasemmistolaiset valitsivat muita useammin itäauton, pitivät todennäköisesti paikkansa.

Valtiokapitalismiteorioiden kannalta arvioituna Neuvostoliittolaisen auton tuotanto- ja hankintaprosessi ei poikennut kapitalistisesta mallista, jossa kuluttaja ostaa palkkatyöllään tai velaksi toisten työläisten tuottaman ja vaihtoarvolla hinnoitellun auton. Koko autoteollisuuden kehittyminen edellytti pääomien voimakasta kasaantumista, kuten esimerkiksi Neuvostoliiton asevarusteluohjelmassa tapahtui. Konela ja Neuvostoliitto palvelivat pääoman kasvupakkoa siinä missä IBM ja Konekin. Autoja valmistettiin myytäväksi voitollisesti, ei vaihdettavaksi niiden käyttöarvolla. Vaihtoarvon sisältävä hinnoittelu koski myös bilateraalista kauppaa. Autojen ostajaksi kelpasi kuka vain, mutta markkinointia kohdennettiin erityisesti työväenluokalle. Syntyvä liikevoitto investoitiin muun muassa markkinointiin ja tuoteparannuksiin, joilla autoista tehtiin houkuttelevampia myös vaikeammin valloitettaville kohderyhmille, kuten keskiluokalle ja ammattiautoilijoille. Autoexport tavoitteli kasvua myös muissa länsimaissa, mikä vaati lisäinvestointeja.

Tuotantoa, logistiikkaa, myyntiä ja markkinointia kehitettiin 1960-luvulla Neuvostoliitossa ja sen omistamassa Konelassa. Kosygin-uudistuksessa laskentatoimen, palkitsemisen ja myynnin mallit otettiin markkinataloudesta ja vanhaa suunnitelmataloutta häivytettiin. Neuvostoliitto ei valtiomuodostaan huolimatta ollut hävittänyt kapitalismia, vaan päinvastoin syvensi sitä kyetäkseen kilpailemaan maailmanmarkkinoilla länsimaiden ja nousevan Kiinan kanssa.

Konelan alkuvuosien näkyvä poliittisuus muuttui Neuvostoliiton näkökulmasta katsottuna epäsuotuisaksi. Konelan ensisijainen tehtävä oli pyörittää tuottavaa liiketoimintaa yhtiön omistajien hyväksi. Johdon tietoinen puolueettomuus suomalaisten kommunistien kiistoissa, mikä oli virallisesti myös NKP:n linja, on tulkittavissa liiketoimintaa tukeväksi valinnaksi. Konelalle riitti, että Neuvostoliitossa oltiin tyytyväisiä ja Suomessa ostettiin autoja. Mahdollinen militantti kumouksellisuus työntekijöiden keskuudessa tutkimallani ajanjaksolla oli piilossa. Venäjän vallankumouksen vuosijuhlaan osallistuminen sopi yhtä hyvin Konelan työläisille kuin suomalaiselle politiikan ja talouden eliitille. Ystävyysspolitiikka kesytti Neuvostoliiton arvostelua ja teki rajan ylittävästä ystävyydestä normaalia. Liiketoiminta ja

Neuvostoliiton ulkomaankauppa olivat politiikkaa tärkeämpiä syitä Konelan perustamiselle ja toiminnalle.

Uskon, että Lada esiteltiin poliittisilta asenteiltaan aiempaa suopeammalle suomalaisyleisölle. Pernaan ystävyyspolitiikkateorian näkökulmasta katsottuna Konela onnistui hyödyntämään korkean tason eli poliittisen eliitin ylläpitämän ystävällisen suhteen Neuvostoliiton kanssa. Konelan rooli Suomen politiikan ja liike-elämän johtohenkilöille oli tärkeä: sen kanssa kannatti tehdä yhteistyötä, kuten liike-elämän huippujohtajat Konelan hallituksessa tai Kekkosen ”perässähihtäjät” sekä ministerit esiintymisillään Konelan tilaisuuksissa osoittivat. Ystävälliseen idänsuhteeseen vedottiin Konelan Uutisten sivuilla ja Konelan liikepaikkojen avajaistapahtumien juhlapuheissa. Suomen ja Neuvostoliiton ystävyys ja yhteistyö olivat edullisia suomalaisille ja Konelalle. Ostamalla neuvostoliittolaisen auton tuki vastavuoroisesti Suomen vientiteollisuutta. Arjen tasolla tehdyt kulutusvalinnat vahvistivat näin maiden välistä ystävyyttä, mikä oli valtionjohdon tavoitteiden mukaista. Konelan poliittiset ”villit vuodet” 1950- ja -60 -luvuilla jäivät taakse ystävyyspolitiikan sitoessa yhtiön työvälineekseen.

Itäauton tapauksessa ystävä ja vihollinen menivät sekaisin myös teknisesti: Konelan maahantuomia neuvostoliittolaisia autoja muokattiin markkinoille sopivammiksi vaihtamalla niihin lännessä valmistettuja moottoreita ja muita osia. Tuotteen brändiarvo kasvoi lisäosien avulla ja käyttöarvo parani lisääntyneen suorituskyvyn myötä. Viholliskuva saattoi hämärtyä ja Konela-auton poliittisin perustein valinnutkin oli tyytyväisempi kuljettaja.²⁸² Lisäksi voidaan pohdiskella, oliko Moskvitshin saksalaisilla ja Ladan italialaisilla juurilla positiivista vaikutusta autonostajien mielikuviin vai oliko tämä verrattavissa lailliseen teollisuusvakoiluun. Konelan näkökulmasta idän ja lännen yhteistyö oli hyvä asia ja siitä kannatti kertoa mainoksissa.

Ladan myötä Konela normalisoitui maahantuojaana Suomen henkilöautomarkkinoilla ja nousi alan suurimpien yhtiöiden joukkoon. Sen myynti- ja huoltopisteet integroituivat tiiviimmin yhtenäiseksi verkostoksi. Pitkäjänteinen työskentely asiakaspalvelun ja

²⁸² Esimerkiksi Tekniikan Maaailma kehotti Ladan ostajia valitsemaan autoon lisäosana Pirellin renkaat alkuperäisten sijaan. Tekniikan Maaailma 15/1973, 53.

myyntityön kehittämiseksi kantoi hedelmää, kun Konela nappasi oman osuutensa Suomen kasvavasta automarkkinasta. Konelan autotalot huoltopalveluineen olivat suomalaisen autokaupan edelläkävijöitä. Asiakas tiesi ostavansa neuvostoliittolaisen auton eikä Konelan tarvinnut piilotella sen alkuperää.

GRADUN LÄHDELUETTELO

Arkistolähteet:

Elinkeinoelämän keskusarkisto ELKA:

Konelan arkisto

Mainos- ja esittelyelokuvat

Konelan Eläkesäätiön arkisto

Mobilia, Tieliikenteen valtakunnallinen erikoismuseo

Konelan Piirimyyjät ry:n arkistonaineistot

Oy Konela Ab:n hallinto- ja talousaineisto

Konelan historian dokumentointi -aineistot

Kansallisarkisto

Suomen kommunistisen puolueen jäsenten henkilöasiakirjat. Venäjän valtion sosiaalipoliittisen historian arkisto RGASPI.

Patentti- ja rekisterihallitus

Historiaote (Oy Konela Ab) Delta Motor Group Oy

Ulkoministeriön arkisto:

Ulkomaankauppa ja ulkomaankaupapolitiikka. Neuvostoliitto 1955-1975

Julkaistu alkuperäisaineisto:

Aikalaiskirjallisuus:

Konela tänään – Kuvakertomus työstä ja toiminnasta Oy Konela Ab:ssä keväällä 1966.

Konela 50 Vuotta –juhlajulkaisu. Oy Konela Ab, Helsinki.

Oy Konela Ab, Helsinki 1966.

Sanomalehdet:

Helsingin Sanomat 1961-62 ja 1971-1974

Kansan Uutiset 1971-1973

Suomen Sosialidemokraatti 1971-1972

Tiedonantaja 1970-1974

Aikakauslehdet:

Auto – Yleisen autoliiton jäsenlehti 1962

Konelan Uutiset 1957-1978

Tekniikan Maailma 1961-62 ja 1971-1974

Mainos- ja esittelyelokuvat:

Konelan päivä -dokumenttifilmi. 1965. Suomi-Filmi Oy. Kansallinen audiovisuaalinen instituutti. Elävä muisti.

Lada-mainos. Arviolta vuodelta 1972. Konela. Youtube.

Henkilöhaastattelut:

Pekka Puputti 25.3.2009

Reima Kylänen 20.11.2009 ja 21.3.2020

Rainer Mäkipää 23.3.2020

Kirjallisuus:

Alasuutari, Pertti: Laadullinen tutkimus. Vastapaino, Tampere 1999.

Cliff, Tony: State Capitalism in Russia. Bookmarks, Lontoo 1988.

Cole, J.P.: "Geography of The Soviet Union." Butterworths, Lontoo 1984.

Fiske, John: Merkkien kieli. Johdatus viestintätutkimukseen. Vastapaino, Tampere 1990.

Goldman, Emma: My Disillusionment in Russia, Doubleday, Page & Company, New York 1923.

Harle, Vilho: The enemy with a thousand faces: the tradition of the other in western political thought and history. Praeger, Westport 2000.

Heinonen, Visa, Kortti, Jukka, Pantzar, Mika (toim.): How lifestyle products became rooted in the Finnish consumer market : domestication of jeans, chewing gum, sunglasses and cigarettes. Kuluttajatutkimuskeskus, Helsinki 2003.

Heinonen, Visa: Työläiskansalaisista "kuluttajakansalaisia" –artikkeli. Työväentutkimus 2003.

Holopainen, Kari: Orpo piru : muistumia Neuvostoliitosta, idänkaupasta ja hiukan muustakin. Helsinki 2007.

Humalamäki, Antti: Keskiluokkaistuva kansa nousee kumipyörille - Autoistuminen Suomessa 1960-luvun alusta 1980-luvun lopulle. Pro gradu. Jyväskylän yliopisto 2006.

Karusuo, Kalevi: "Fiude" : sata vuotta helsinkiläistä autokauppaa. Aimo Astalan säätiö. Helsingin automuseo, Helsinki 2004.

Kemppinen, Kauko: Niin perkeleen punainen – 100 vuotta työväenliikettä Kemissä. Pohjolan Sanomat Oy, Kemi 1987.

Keskinen, Tuomas: Idänkauppaa 1944-1987. Kauppalehti, Helsinki 1987.

Kohonen, Iina: Gagarinin hymy. Avaruus ja sankaruus neuvostovalokuvissa 1957-1969. Lönnberg Oy, Helsinki 2012.

Kortti, Jukka: ”Lähimenneisyyden koodit: semiotiikka ja historiallinen (tv)mainonta.” verkkojulkaisussa Historiallisia Papereita 16. Historiallinen yhdistys.

Kortti, Jukka: Modernisaatiomurroksen kaupalliset merkit : 60-luvun suomalainen televisiomainonta. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2003.

Kortti, Jukka: Työläinen 60-luvun suomalaisissa televisiomainoksissa –artikkeli. Työväentutkimus 2003.

Kuorelahti, Elina: Rouvali, Teuvo. Suomen talouselämän vaikuttajat -verkkojulkaisu. Studia Biographica 8. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 2008–

Kuisma Markku, Kylmä sota, kuuma öljy. Neste, Suomi ja kaksi Eurooppaa. WSOY, Helsinki 1997.

Kuusi, Pekka: 60-luvun sosiaalipoliittikka, Wsoy, Helsinki 1961.

Kähönen, Aappo: Optimal planning, optimal economy, optimal life? The Kosygin reforms, 1965-72. Teoksessa "Competition in Socialist Society" toim. Katalin Miklóssy; Melanie Ilic. Abington, Oxon: Routledge, 2014. sivut 23-40 (Routledge Studies in the History of Russia and Eastern Europe).

Leiss William, Kline, Stephen, Jhally ,Sut , Social Communication in Advertising: Persons, Products and Images of Well-Being. Routledge. London and New York 1997.

Leppänen, Veli-Pekka: Kivääri vai äänestyslippu? Suomen kommunistinen puolue 1964-1970. Edita, Helsinki 1999.

Leppänen, Veli-Pekka: Ohranasta oppositioon. Kommunistit Helsingissä 1944–1951. SKP:n Helsingin piirijärjestö/KSL 1994.

Levä, Kimmo (toim.): Kammella käyntiin – tieliikenne itsenäistä Suomea luomassa: Mobilia-vuosikirja 1992. Vehoniemen Automuseosäätiö, Kangasala 1992.

Majander, Mikko: Demokratiaa dollareilla. Sdp ja puoluerahoitus pulataloudessa 1945-1954. Otava, Helsinki 2007.

Mastanduno, Michael: Economic Containment. CoCom and the politics of East-West Trade, Ithaca 1992.

Mauranen, Tapani: Hopeasiipi. Sata vuotta Helkamaa. Helkama Bica Oy ja Otava, Keuruu 2005.

Meadows, Donella H., Dennis L. Meadows, Kati Pitkänen, ja Jørgen Randers. Kasvun Rajat: 30 Vuotta Myöhemmin. Gaudeamus, Helsinki 2005.

Moisala, Uno E. Auto Suomessa. Autokaupan, käytön ja korjaamotoiminnan historia vuoteen 1983. Autoalan Keskusliitto Ry, Autotuoajat Ry, Helsinki 1983.

Nitovuori, Bjarne: Barrikadimaisteri – Pentti Järvinen ja 1960-luvun marssijat. Into Kustannus Oy, Helsinki 2013.

Paavonen, Tapani: Suomalaisen protektionismin viimeinen vaihe: Suomen ulkomaankauppa- ja integraatiopoliittikka 1945-1961. Suomen historiallinen seura, Helsinki 1998.

- Paavonen, Tapani: Reunalta keskiöön. Teoksessa Pernaa, Ville ja Niemi Mari K. (toim.): Suomalaisen yhteiskunnan poliittinen historia. Edita Prima Oy, Helsinki 2005
- Pankakoski, Timo: Politics as conflict: conceptual, metaphorical, and methodological aspects of a motif from Carl Schmitt to Reinhart Koselleck. Department of Political and Economic Studies, University of Helsinki 2013.
- Pannekoek, Anton: Lenin As Philosopher. Amsterdam, 1938.
- Piskulov, Juri: Näin teimme idänkauppaa. Ajatus Kirjat, Gummerus Kustannus Oy, Helsinki 2009.
- Rasila, Viljo: Tampereen historia, osa 4 (vuodet 1944-1990), Tampereen kaupunki 1992.
- Rentola, Kimmo: Niin kylmää että polttaa. Kommunistit, Kekkonen ja Kreml 1947–1958. Toinen painos. Otava, Keuruu 1997.
- Rentola, Kimmo: Kenen joukoissa seisot. Suomalainen kommunismi ja sota 1937-1945. WSOY, Juva 1994.
- Sahi, Juha: Miten Suomesta tuli japanilaisen auton maahantuonnin sillanpääasema 1960-luvulla? Historiaalinen aikakauskirja. 3/2013. Suomen Historiallinen Seura ja Historian Ystävien Liitto 2013.
- Simola, Matti; Sirvio, Tuulia: Isänmaan puolesta: Suojelupoliisi 50 vuotta. Gummerus. Helsinki 1999.
- Sivonen, Tiinamari: Neuvostokaupan muisto. Aikalaiskokijoiden arvioita Suomen idänkaupasta. Pro Gradu. Helsingin yliopisto 2008.
- Sutela, Pekka: Finnish trade with the USSR: Why was it different? Bank of Finland, BOFIT Online 7/2005.
- Teivonen, Minna: Suomen tie OECD-jäsenyyteen 1956-1969. Miten säilyttää suhteet itään ja kauppasuhteet länteen? Pro gradu. Helsingin yliopisto 2000.
- ...vaikka voissa paistais? : Venäjän rooli Suomessa : juhla-kirja professori Osmo Jussilalle 14. maaliskuuta 1998. Selovuori, Jorma (toim.). WSOY. Helsinki 1998.
- Vesikansa, Jyrki: Tiainen, Kyösti. Suomen talouselämän vaikuttajat -verkkójulkaisu. Studia Biographica 8. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 5.9.2011

Viettelyksen vaunu (toim. Toiskallio, Kalle). Autoilukulttuurin muutos Suomessa. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura 2001.

Vihavainen, Timo (toim.): Venäjän kahdet kasvot. Venäjä-kuva suomalaisen identiteetin rakennuskivenä.

Vuorinen, Marja: ”Historia ja semiotiikka” verkkojulkaisussa Historiallisia Papereita 16. Historiallinen yhdistys. www.helsinki.fi/hum/hist